

جامعة الزقازيق - فرع بنها
كلية التربية النوعية
قسم الإعلام التربوي

محاضرات

فج

مدخل إلى الإذاعة

راديو - تلفزيون

إعداد

دكتور

محمود منصور هيبه

اهداءات ٢٠٠٣

د/اسماعيل عبد الفتاح

القاهرة

جامعة الزقازيق - فرع بنها
كلية التربية النوعية
قسم الإعلام التربوى

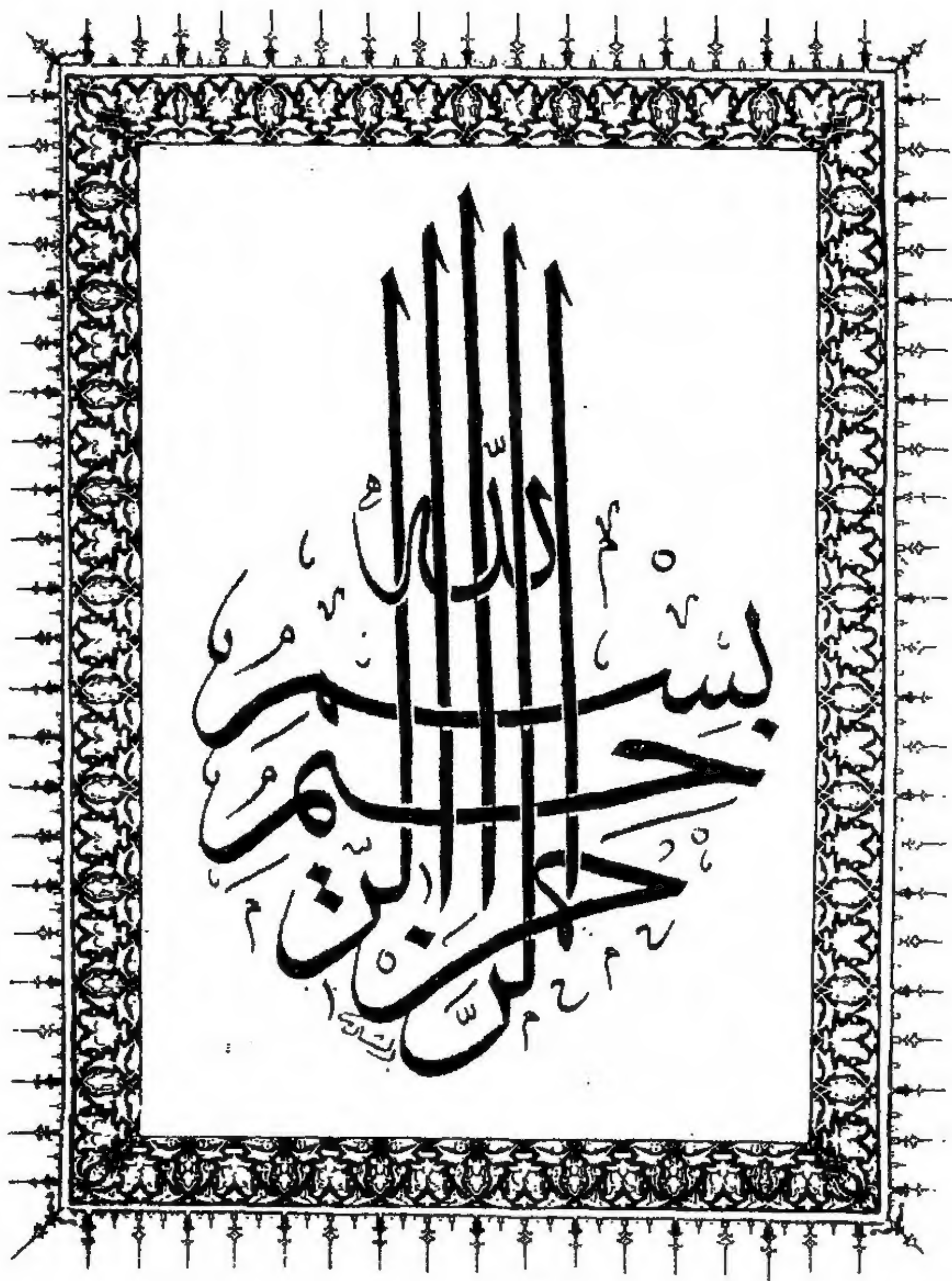
محاضرات

فأه

مدخل إلى الإذاعة

راديو - تليفزيون

محمود منصور هيبه



الفصل الأول

نشأة الراديو وخصائصه

أولاً : الراديو لمحة تاريخية .

ثانياً : خصائص الراديو .

أولاً: الراديو:

لمحة تاريخية:

تعتبر الإذاعة من الناحية الفنية أحد تطبيقات اللاسلكي لخدمة الجمهور ، وعند اكتشاف اللاسلكي " الراديو RADIO " كان الاهتمام كله موجها نحو التلغراف لنقل الرسائل ، وكانت التجارب الأولى منصبة على نقل إشارات مورس MORSE CODE ، ومن أهم العلماء الذين أدت اختراعاتهم إلى اللاسلكي أولئك الذين درسوا الكهرومغناطيسية ، وطريقة انتشار موجاتها ، ومنهم على سبيل المثال ميخائيل فرادي Faraday . وصموئيل مورس S.Morse ووليم كوك W.cook .

وفي عام ١٨٦٥ تنبأ جيمس كلارك ماكسويل J.C . Maxwell استاذ الطبيعة الإنجليزي بوجود الموجات الكهرومغناطيسية ، وامكانية انتشارها في الفضاء بسرعة الضوء وجاء بعده هينريش هيرتز H.Hertz الذي قام بتجاربه لاكتشاف الموجات وتمكن من قياس طولها وسرعتها ، فقد اكتشف أن سرعة تلك الموجات (١٨٦,٠٠٠ ميل في الثانية) ، وتقديراً لدوره يقال للآن كيلوهرتز .

أما ادوارد - برانلى E . Branly فقد عاون على اكتشاف اللاسلكى " الراديو " حيث اخترع جهاز قادرا على اكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية ، وكانت نتائج أبحاث هؤلاء العلماء معروفة لعلماء العالم ، وفى الفترة ما بين عامى ١٨٩٥ ، ١٨٩٦ قام ثلاثة علماء هم ماركونى Marcony الإيطالى ، وهنرى جاكسون H. Jackson الإنجليزى ، وببوف A. Popov الروسى ، بإرسال اشارات لاسلكية ، إلا أن الكثيرين من المؤرخين لظهور الراديو يرجعون اكتشافه إلى عام ١٨٩٦ حيث أظهر ماركونى عمليا استخدام الموجات الكهرومغناطيسية فى إرسال الاشارات ، وسجل اختراعه فور وصوله إلى إنجلترا عام ١٨٩٦ قادما من بلاده إيطاليا ، والتي لم تعره فيما يبدو اهتماما ولكن إنجلترا تلقتة ، وأنشأت له على الفور عام ١٨٩٧ شركة ماركونى لتطوير اختراعه على أساس تجارى .

ولزيادة المسافات التى يمكن إرسال الاشارات اللاسلكية اليها عاما بعد آخر ، وبعد تكوين شركة ماركونى ساعدت فى إنشاء شركة مماثلة لها فى جميع أنحاء العالم ، فى أمريكا وإيطاليا وفرنسا وبلجيكا وكندا ، وكان للشركة الحق فى تصنيع وتوزيع أجهزة الإرسال والاستقبال .

وجذب العروض التي قدمها ماركوني عام ١٨٩٦ ، بعد نجاحه في نقل الرسائل لاسلكيا - انتباه المهتمين بشئون البحرية. وكانت السفن التي تقابلها ، وسرعان ما استخدم الراديو لمعرفة السفن القادمة ، وإرسال الرسائل لتغيير اتجاهاتها ، ونقل إشارات الاستغاثة في حالة حدوث كارثة بعيدا عن الشاطئ ، وبالرغم من مزايا الراديو الواضحة في هذا المجال ، إلا أن حدوث العديد من الكوارث التي لحقت ببعض السفن مثل Republic عام ١٩٠٠ و Titanic استخدم الراديو أكثر من أربعين مرة للمعاونة في إنقاذ السفن والركاب والبحارة في عرض البحر واستخدم الراديو بهذه الطريقة في مجالات متعددة لكن استخدامه بهذه الطريقة لا يعتبر اذاعة Broadcasting

نشأة الاذاعة وتطويرها :

وفي نفس الوقت كان رجال آخرون يجرون تجاربهم على استخدام الراديو لنقل الكلام بدلا من الاشارات اللاسلكية ولم يبدأ استخدام الراديو في نقل الصوت إلا بعد اختراعين اساسيين هما محطات الارسال Transmitter station حيث قام كل من أرنست الكسندرس وريجيناالد فيسندن R. Fessenden بإرسال صوت الانسان والموسيقى عن طريق اللاسلكي ، لكن ظل الصوت بعيدا عن الدقة ، لكن تبنت التجارب امكانية ارسال الصوت والموسيقى ، ومع استمرار

الابحاث العملية ثم تحسين الارسال عن طريق تطوير الصمام الثلاثي
أو قناة الراديو Tube والذي يعتبر خطوة هامة نحو تنمية الاليكترونيات
حيث أعان على نقل الصوت بدقة وأمانة وكان اختراع الصمام نتيجة
لتجارب توماس وأريون وسيرا ميروز فيلنج ولي نوفورست le de
forst الذي أقام محطة الاذاعة في برج ايفل ، وتمكن من اذاعة
الموسيقى منها عام ١٩١٠ .

ويعتبر الصمام أو قناة الراديو جزءا أساسيا من جهاز الارسال
والاستقبال والتي كانت متوفرة لدى الوكالات الحكومية أو بعض
الشركات التجارية ، التي كانت تجرى تجاربها على تلك الأجهزة ، مثل
شركة Bell للتليفونات ، وشركة جنرال اليكترىك وستجهاوس ، والتي
اشترت امتياز شركة ماركونى الأمريكية ، وأنشأت هيئة الاذاعة
الأمريكية وهي التي تتولى التصريف بمنتجاتها ..

من جهة أخرى كان هناك الهواة المتحمسون للراديو ، والذين
كانوا يصنعون أجهزتهم ، من أجل المنفعة العامة ، وأجريت التجارب
الناجحة لاستقبال الراديو في المواصلات التليفونية عبر المحيط عام
١٩١٥ ، وبدأت جامعة ويسكونسين Wiscousin في اذاعة تقارير
منتظمة عن حالة الجو من خلالها محط تجاربها وفي عام ١٩١٦

استمع الآلاف من الهواة في منطقة نيويورك إلى الأخبار الإذاعية عن انتخابات الرئاسة من محطة لي نو فورست في برونكس .
ولكن لم يتم ادراك الامكانيات الهائلة للإذاعة بالراديو إلا بعد الحرب العالمية الأولى ، حيث كان الوقت مهيئاً لتطور الإذاعة تطورا منتظماً ، وعاود الهواة على إجراء تجاربهم بحماس بعدما رفعت القيود التي فرضتها الحرب ، كما بدأت شركة جنرال اليكتريك **General Electric** وستجهاوس **Westinghouse** في صناعة المعدات والأجهزة بعد أن اشترت امتياز اختراع شركة ماكوني .

وأنشأت هيئة الإذاعة الأمريكية للتعريف بمنتجاتها كما سبق أن أوضحنا .

وفي عام ١٩٢٠ ظهرت أولى المحطات الإذاعية التجارية ، فلم تعد الإذاعة مجرد هواية ، ولهذا عادة يؤرخ تاريخ الراديو كخدمة إذاعية اعتباراً من اليوم الثاني من شهر نوفمبر ١٩٢٠ ، وبالذات عندما بدأت محطة **K.D.K.A** في إذاعة نتائج لانتخابات الرئاسة الأمريكية لأول مرة بين كوكس وهارتنج **Cox - Harding** حيث تمكن المستمعون من معرفة الرئيس المنتخب الجديد في نفس اليوم بدلاً من انتظار ظهور صحف الصباح في اليوم التالي .

ومنذ ذلك اليوم أصبحت الاذاعة محورا لحديث واهتمامات الناس ، وازدهر بيع أجهزة الراديو .

وتبع ذلك زيادة في محطات الارسال ، وتبعيت دول أوروبا الولايات المتحدة في استخدام الاذاعة على اساس منظم ، فبدأت الاذاعة الفرنسية والإنجليزية عام ١٩٢٢ وانتشرت في بقية دول أوروبا وكندا ونيوزيلاندا في السنوات الثلاث التالية .

ولم يأت عام ١٩٢٧ إلا وكانت الاذاعة قد توطدت في جميع أنحاء أوروبا ، وظهرت في بعض الدول الآسيوية والأفريقية وجزر المحيط الهادى وأمريكا اللاتينية ومرت الخدمات الاذاعية منذ نشأتها بعده مراحل واكبت فيها التقدم التقنى ، الذى كان من نشأته تطور هذه الوسيلة وحتى هذه اللحظة وعلى سبيل المثال كان عدد المحطات المصرح لها بالاذاعة عام ١٩٢١ فى الولايات المتحدة أربع محطات ، قفز هذا العدد إلى خمسين محطة عام ١٩٢٢ ووصل العدد حتى عام ١٩٢٣ إلى خمسمائة وخمسين محطة تجارية مرخصة ، ويرتبط ما يقرب من نصفها بمحطات راديو .

وكان عدد المستمعين يقدر بالملايين ، وكان من الواضح لمعظم رجال الأعمال أن الاذاعة تتيح سوقا لمنتجاتهم ، وبدأ التهاافت على

شراء محطات الإذاعة نفسها ، حتى وصل عدد محطات الإرسال الإذاعي في الولايات المتحدة الأمريكية في نهاية عام ١٩٢٧ إلى ٧٣٣ محطة ، وحتى أنه لم تعد هناك موجات إذاعية كافية يمكن السعي للحصول عليها، وكان من الصعب العثور على قناة إذاعية لمحطة جديدة .

مولد الاذاعات الأهلية المصرية :

عرف الإرسال الإذاعي في مصر عن طريق الهواة في وقت مبكر عام ١٩٢٣ حيث تلقى أحد الهواة ويدعى أحمد صديق الجواهرجي هدية عبارة عن محطة إرسال من صديق له الماني الجنسية ، إلا أنها لم تجد من يستمع إليها آنذاك لعدم توافر أجهزة الاستقبال ثم قامت بعد ذلك العديد من المحطات التي انبثقت اشاراتها في أثير القاهرة والاسكندرية وبورسعيد .

وذلك بموجب صدور المرسوم الملكي الذي حدد شروط الترخيص باستخدامها في مايو ١٩٢٦ ، وكانت هذه المحطات ملكا لبعض الأفراد .

وكان معظم أصحابها من تجار أجهزة الراديو ، ومنها في القاهرة ، راديو القاهرة وفؤاد وفاروق وفيولا وسابو ووادي الملوك

ورمسيس وأبو الهول ومصر الجديدة وصايف ومصر الملكية وراديو ماجزين اجيشين ، أما فى الأسكندرية فكان هناك راديو ماجستيك ذو الامكانيات الضعيفة ، أقامها اصحابها من رجال الأعمال وغيرهم لتوزيع تجارتهم ولتحقيق الربح المادى ، ولا تحرض على الصالح العام بعضها يذيع باللغة العربية والبعض الآخر يذيع باللغة الإنجليزية والفرنسية والإيطالية للأجانب الذين يعيشون فى مصر وكان اصحابها من الأجانب المتمصرين وكانت معظم برامجها ترفيهية ، منخفضة المستوى - تهاجم بعضها بعضا - .

وبأسلوب يبتعد عن قواعد الأدب والذوق السليم ويروى لنا شيخ الصحفيين حافظ محمود كيف أن أحد زملائه فى كلية الحقوق آنذاك يغازل صديقته عبر موجات راديو " ماجزين اجيشين "

وكان معظم ما يذاع فيها لا يخرج عن سخافات ومهاترات بلغت حد الأسفاف ، وعدم الالتزام بالصالح العام ، لدرجة أن إحدى العصابات استغلت محطة راديو مصر الملكية ، وكان صاحبها مدير المطبوعات آنذاك ، حيث احتكرت العصابة إذاعة أغنيّين للموسيقار محمد عبد الوهاب هما " الجواريق وخالى " و " فى الجوخيم " مقابل مبلغ خمسين جنيها وكان احتكار الأغاني من قبل المستمعين لتذاع وفق

أموائهم نظير اشتراكهم بدفع مبلغ من المال يشكل موردا ماليا
لأصحاب هذه المحطات .

ويتضح ان العصابة استختمت الأغنية رمزا لبدء نشاطهم أو
توقفه ، فينشط البيع والتوزيع عندما تذاع اغنية " الجواريق وخالي "
ويتوقف مجرد سماع الأغنية " فى الجوغيم " إلى أن وصل أمر
العصابة إلى البوليس الذى ألقى القبض على كل المسئولين عن المحطة
ولم يفرج عنهم إلا بعد أن تبين أنهم كانوا ضحايا عصابة المخدرات .

واستمرت المحطات الأهلية على هذه الحالة من سوء الاستعمال
وانشرت فوضى التداخلات والمنافسة والإعلان ، وتداخلت الموجات ،
وطغى بعضها على بعض ، وتباهرت المقاهى فى رفع أجهزتها
بالعزف والغناء إلى جانب الإعلان جلبا للزبائن الأمر الذى حدى
بالحكومة للتدخل ممثلة فى وزارتى الداخلية والمواصلات نظرا
لمضايقة هذه الإذاعات للجمهور وإغلاق راحتهم ، حتى أن وزارة
المواصلات حددت مواعيت المحطات لا تتجاوزها وتظلم أصحاب
المقاهى من قصر الوقت بالليل وعدم استطاعتهم سداد أقساط الراديو

وقد كانت محطات الإذاعة ترفع الدعاوى القضائية أمام المحاكم المختلطة آنذاك مطالبة بالتعويض المادى لاعتداء احدى المحطات على موجتها العامة .

وكانت الصحف المصرية تنشر أخبار الإذاعات المحلية والأهلية ، وكذا برامجها اليومية والتي تتضمن الافتتاح بآيات من القرآن الكريم ، وتقدم الموسيقى الشرقية والأفريقية والغناء ، بالإضافة إلى بعض المحاضرات و بريد الراديو واسعار البورصة والجنية وإشارات ضبط الوقت ، والحالة الجوية ، ثم أهم الخواص المحلية بالعربية أو باللغات الأجنبية ، وكانت الإذاعات الأهلية تتوقف لوفاء الزعماء والسياسيين .

كما حدث في السابغ من نوفمبر ١٩٣٣ عند وفاة عدلى يكن باشا رئيس حزب الأحرار الدستوريين ، كما كانت بعض الإذاعات تنظم المسابقات ، وتحبى الحفلات الساهرة ، وتوقفت هذه الإذاعات عن البث فى ٢٩ مايو ١٩٣٤ لتترك مكانها للمحطة الحكومية التى بدأت إرسالها بعد ذلك بيومين :

أول إذاعة لاسلكية للحكومة المصرية :

وافق مجلس الوزراء بجلسته المنعقدة برئاسة اسماعيل صدقي باشا رئيس مجلس الوزراء في ٢١ مايو ١٩٣٢ على مذكرة وزير المواصلات والمتضمنة انشاء محطة لاسلكية للإذاعة والتي رأت الوزارة فيها أن تعهد الى شركة مأكوني وهي شركة مساهمة تجارية لها صفة العالمية بتشغيلها لما لها من خبرة ممتازة وسمعة عالمية واسعة في شئون الراديو ، وافق المجلس على مشروع العقد المرفق ، وتم ابلاغ وزارة المالية بالقرار .

وجاهدت المحطات الأهلية من أجل البقاء مستجدة بالرأى العام عن طريق اذاعتها المباشرة ، وعن طريق الصحافة وكذا تقديم التماسات للحكومة ، إلا أن الحكومة قررت الغاء المحطات الأهلية والتي تبلغ عددها ١٢ محطة ، لا تزيد قوة أكبرها على ٣/٤ كيلو وات اذاعاتها غير منتظمة ولا منتقاه ، والاستعاضة عنها بمحطة أساسية في أبى زعبل وكان بها مبنى لمحطة لاسلكية مما يوفر ٦٠٠ جنية بقوة ٢ كيلو وات .

وعلى أن يتبعها محطة اضافية بالأسكندرية لتغطية مدينة الأسكندرية وضواحيها لأسباب فنية واقتصادية ، لا تزيد على كيلو وات واحد ، وتؤلف لجنة خاصة لاعتماد برامجها وقدرت التكاليف

اللازمة لهاتين المحطتين ٢٥ ألف جنيه ، على أن ينص العقد المبرم بين الحكومة المصرية وشركة ماركونى أن الإذاعة اللاسلكية احتكار للحكومة .

وشركة ماركونى وكيالة عن الحكومة فى ادارتها وبرامجها مدة عشر سنوات قابلة للتجديد ، وأن البرامج لا تتجاوز غايتى التعليم والتسلية ، وتعتمدها لجنة مكونة من خمسة أعضاء ثلاثة تعيينهم الحكومة واثنين تعيينهم الشركة .

وأن المادة الاعلانية غير مسموح بها فى البرامج ، وأن تتلقى الشركة من الحكومة مقابل لإدارة وإنتاج البرامج حصة من حصة رخص استقبال الإذاعة قدرها ٦٠ ٪ بواقع ١٢٠ قرشا للجهاز سنوياً ، وأن تكون للحكومة حق اذاعة النشرات والبيانات والارشادات الرسمية التى تهتم جمهور المستمعين والمصادرة من مصالح الحكومة المختلفة كالأرصاد والصحة والزراعة والرى الخ .

ودون عرضها على لجنة البرامج ، ويشير البعض أن هذه المبادئ الأساسية تكاد تكون صورة طبق الأصل من المبادئ التى كانت تسير عليها الإذاعة البريطانية التى اثبتت تفوقها ورقياً فى خدمة مجتمعتها .

وبدأت الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية إرسالها في تمام الساعة السادسة مساء يوم ٣١ مايو عام ١٩٣٤ حيث أستمع المصريون إلى صوت المرحوم أحمد سالم أول مذيع للإذاعة المصرية ، قائلاً " آلو آلو هنا الإذاعة اللاسلكية للحكومة المصرية .

وكان الإرسال يبدأ في الساعة الخامسة والنصف ، وينتهي في الحادية عشر مساءً ، وكانت اللغات المستخدمة في ذلك الوقت العربية والفرنسية ، والإنجليزية ، وكان عدد استديوهات الإذاعة اثنين فقط أما عن مذيعي الإذاعة فكانت الإذاعة قد أعلنت في صحيفة الأهرام عن حاجتها إلى مذيعين يشترط فيهم أن يكونوا من بين الحاصلين على درجة جامعية وبلغ عدد المتقدمين رقماً لم يكن في الحسبان قارب الألفين على الرغم من أن الجامعة المصرية كانت حديثة العهد .

ولكن معظمهم من خريجي الجامعات الأجنبية والمدارس العليا والتي تحولت فيما بعد إلى جامعة ، كما كانت أسر كثيرة توفد أبناءها إلى الخارج لتلقى العلم في الجامعات الكبرى في فرنسا وإنجلترا ، وبدأت عملية اختيار المذيعين ، واختبارات في اللغة العربية واللغات الأجنبية (الإنجليزية والفرنسية) وفي الثقافة ، وفي فنون الالقاء وفي الشعر والفنون ، ومعرفة المجتمع بمعاهدة ومؤسساته وموارده .

واختبار الصوت من خلال أجهزة الصوت مدى مقاومته وسلامته
رعيانه وتم اختيار ثلاثة مزيعين هم المهندس أحمد سالم خريج جامعة
كمبريدج وأحمد كمال سرور الفرنسي الثقافى والذي درس فنون
الدراما فى فرنسا ، ومحمد فتحى والحاصل على ليسانس الآداب جامعة
فؤاد الأول ، وانتدبت شركة ماركونى سيرير سيفورد كلارك مدير
البرامج الخارجية ، والتي كانت تعرف فى الإذاعة البريطانية " ببرامج
ما وراء البحار " وذلك لتدريب المزيعين الجدد على العمل الإذاعى .

تمهيد الإذاعة :

انهت وزارة الشؤون الاجتماعية عقد شركة ماركونى الموكل
اليها من قبل الحكومة المصرية لإنشاء الخدمة الإذاعية وإدارتها فى
البلاد تحت اسم الإذاعة اللاسلكية المصرية وذلك فى عام ١٩٤٧ ،
وكان عقد الشركة قد انتهى فى ٣٠ مايو ١٩٤٤ ، وقبل هذا التاريخ
بأكثر من عام ، وطبقاً لشروط العقد اتفق الطرفان (الحكومة المصرية
- شركة ماركونى) على مد العقد لمدة خمس سنوات وليس عشر
سنوات بسبب الحرب العالمية الثانية ، وكان من المقرر أن ينتهى العقد
فى عام ١٩٤٩ إلا أن الحكومة اخذت بمشورة كبير الإذاعيين
المصريين .

وانتهت عقد الشركة وعروضتها عن السنتين الباقيتين فى العقد وأنشأت وزارة الشؤون للإذاعة ادارة مستقلة ليشراف عليها مجلس اعلى يمثل وزارات الشؤون الإجتماعية والمواصلات والداخلية والخارجية والمعارض العمومية ومصلحة التلغراف والتليفونات والإذاعة اللاسلكية ويمكن اعتبار ٤ مارس ١٩٤٧ التاريخ الذى زالت فيه السيطرة البريطانية عن هذا المرفق الخطير وبدأت منذ ذلك ملامح التمهيد تظهر شيئاً فشيئاً .

فعدل الأسبوع الإذاعى ليكون السبت بدلاً من الاثنين ، وحل المصريون محل الإنجليز تبعاً ، وقد عاصرت هذه المرحلة أحداثاً هامة فى تاريخ الوطن ابرزها حرب فلسطين .

وبعض القلاقل السياسية التى دبرها الإنجليز ، غير أن الصدمات الشديدة سرعان ما انتهت على هذا الجهاز الخطير ومنها الغاء نظامها الإدارى حيث جعلت الإذاعة مصلحة حكومية خاضعة لكل نظم ولوائح وتعليمات الإدارة الديوانية ، وكذا تعيين كريم ثابت باشا مستشار الملك الصحفى وزير للدولة لشؤون الإذاعة .

وبالطبع صاحب الكلمة العليا فيها رغم اعتراض مجلس الوزراء على هذا التعيين مرتين ، ثم أعقب ذلك تعيين محمد قاسم

شقيق سكرتير الملك الخاص مديرا لها ، وتعاقبت التغييرات والقوانين مما ترك أثره السيئ عليها إلى أن قامت ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ .

الإذاعة بعد ثورة يوليو :

كانت الإذاعة المصرية أول وسيلة اعلامية تنقل لجمهور مصر والعالم نبأ قيام ثورة يوليو ١٩٥٢ ، حيث اذاع الرئيس الراحل محمد أنور السادات أول بيان يعلن الثورة ، والقضاء على الملكية الفاسدة في البلاد ، ويمكن أن نقول أنه منذ سمع المواطنون أولنداء للثورة من الإذاعة ، وجس طريقها علم الجميع نبأ قيام الثورة وبفضلها تحول الشعب كله في لحظات إلى ثوار ، وتوالت التأييدات فرادي وجماعات.

وبقيام الثورة اسدلت الإذاعة ستارا على تاريخها قبل الثورة فكان إرسالها محدود القوة ، محدود الوقت ، مملوء ببرامج هزيلة ، بينما بعد قيام الثورة أصبحت قوة إرسالها ١٦٢٤ كيلو وات ، بعد أن كانت ٧٢ كيلو وات على الموجه المتوسطة عام ١٩٥٢ .

ولم يكن هناك إرسال على الموجه القصيرة ، كما ازداد وقت إرسالها حيث وصل إلى ١١٧ ساعة يوميا عام ١٩٦٣ ، وترسل الآن ما يزيد على ٢٤٠ ساعة يوميا ، وبعدد من اللغات يبلغ أربع وثلاثون لغة ، بعد أن كانت تذيع برنامجا محليا فقط باللغة العربية ، وآخر

باللغتين الإنجليزية والفرنسية ، واستحدثت خدمات لم تكن موجودة قبل الثورة منها على سبيل المثال إذاعة صوت العرب التي بدأت إرسالها يوم السبت الرابع من شهر يوليو ١٩٥٣ ، للإعلام عن كافة القضايا العربية .

والدعوة إلى تحرير البلاد العربية من الاستعمار وعملائه ، والعمل على جمع كلمة العرب ، وحشد قواهم ضد أعداء العزوبة ولمدة نصف ساعة يوميا ، وكان للنجاح الكبير الذي أحرزه البرنامج دافع قوي لتدعيمه - وزيادة ساعات إرساله ، فأصبحت ساعة بعد ثلاثة شهور من بدء إرساله ، زادت في عام ١٩٥٤ إلى ساعتين ، وبعد تولى المرحوم الصاغ صلاح سالم عضو مجلس قيادة الثورة وزارة الإرشاد القومي الإشراف على الإذاعة ارتفع عدد ساعات صوت العرب في يوليو ١٩٥٤ إلى سبع ساعات ، وازداد نجاح صوت العرب وازداد الاهتمام به وعندما تولى د. محمد عبد القادر حاتم الإشراف على الإذاعة زادت مدة إرسال صوت العرب إلى اثنتين وعشرين ساعة وربع يوميا .

كما أنشئت البرامج الموجهة لتعلن وجهة النظر المصرية في كل المشاكل الدولية ، وليصل صوتها إلى انحاء العالم بلغات شعوب

الدول المستهدفة ، ووفقا للزمن الذى يناسب تلك الشعوب ، وفق ما تخططه الدولة ضمن سياستها الإعلامية الهادفة .

من جهة أخرى انشئت خدمات كثيرة وبرامج جديدة في الداخل مثل إذاعة مع الشعب ، والبرنامج الثانى وركن السودان ، هذا بالإضافة إلى الإذاعات المحلية والتي بدأت بإذاعة الأسكندرية حتى أصبح صوت مصر قويا على المستوى المحلى والوطنى والعربى والعالمى .

من جهة أخرى تتوعد الأشكال الإذاعية والتي قدمت بها الخدمات الإذاعية على اختلافها مضمونها للمستمعين لتواصل أداء رسالتها فى الإعلام والتثقيف والترفيه .

وشهدت الإذاعة المصرية بعد قيام ثورة يوليو المجيدة توسعات وإنشاءات جديدة ، كما أشرنا ، فى أبريل ١٩٨١ بدأت إذاعة جمهورية مصر العربية مرحلة جديدة حيث استخدم نظام الشبكات الإذاعية ، وهو نظام فنى متخصص يهدف إلى تجميع الخدمات الإذاعية المتعددة والمتنوعة .

والتي أصبحت كثرتها مدعاة لتشكيت قدرة العاملين على الاستماع ، إلى جانب ما تلقى هذه الإذاعات من مسئولية وأعباء على العاملين بها للوفاء بحاجتها من المواد الإذاعية والبرامجية .

وهو أمر يؤثر فى القدرة على تجديد وتجويد البرامج التى يتطلبها البث الإذاعى من وقت لآخر خاصة وإن إنشاء هذه الخدمات الإذاعية المتعددة قد استدعته من قبل ظروف اجتماعية وسياسية وتنظيمية تختلف فى طبيعتها وأهدافها عن المرحلة الحالية التى تمر بها البلاد وعن الآفاق والرؤى المستقبلية والمنتظرة للمراحل القادمة .

ومن هنا تمر بها برزت الحاجة إلى إعادة صياغة عادات الاستماع بالنسبة للإذاعة لاستعادة ثقة المستمع ، الذى شنته كثرة الإذاعات وصرفته عنها بموادها التقليدية ، مع الأخذ فى الاعتبار أن أكثر هذه الخدمات الإذاعية قد انشئ قبل قيام التلفزيون ، ودون حساب لما يملكه من قدرة مؤثرة تجذب انتباه المواطن المصرى على نحو يصعب مقاومته ، فانكشئت مدة الاستماع للإذاعة فى أكثر الأوقات التى يبث فيها التلفزيون ارساله .

وهذا ما تشير العديد من الدراسات والبحوث خاصة التى أجرتها مراقبة البحوث بالأمانة العامة لاتحاد الإذاعة والتلفزيون فمثلاً نجد

٦٨٪ من المصريين يستمعون إلى الراديو بمعدل ١-٣ ساعات وأكثر الأوقات تفضيلاً قبل أو بعد الإرسال التليفزيوني ، في الصباح الباكر من ٦-٨ صباحاً أو فترة ما بعد منتصف الليل وطبيعى استدعت الأوضاع صياغة الخدمات الإذاعية في شكل جديد يتناسب مع الظروف الحاضرة والمستقبلية ، مع أهمية التكامل عند التخطيط لكل منهما .

ولهذا بدأت الشبكات الإذاعية وهو نظام تأخذ به الدول المتقدمة والتي تعمل على أن تصل بخدماتها الإذاعية لكل مواطن ، وذلك بإنشاء الشبكات المناسبة لتغطية كافة أنحاءها .

فعلى سبيل المثال نجد إذاعة اليابان تبث برامجها من خلال ثلاث شبكات ، حيث تقدم خدمة إخبارية وتعليمية وموسيقية وترفيهية ، كما تذيع هيئة الإذاعة البريطانية من خلال أربع شبكات تقدم خدمات إخبارية وتعليمية وموسيقية وترفيهية ورياضية ودرامية ودينية ، بالإضافة إلى برامج الأطفال .

بينما تذيع إذاعة اسبانيا على ثلاث خدمات خصصت الأولى للخدمة الإذاعية العامة ، والثانية للموسيقى . والثالثة للثقافة ، بينما تسيطر أربع شبكات إذاعية كبرى على الإذاعة في الولايات المتحدة الأمريكية CBS - NBC - ABC - Mutual والتي جانب شبكات الإذاعة الأربع يوجد عدد من الشبكات الإذاعية التجارية الصغيرة يصل عددها

إلى ١٣٥ شبكة إذاعة صوتية ، بالإضافة إلى P.B.S وهي اختصار لخدمة الإذاعة العامة Public Broadcasting Service والتي أنشئت عام ١٩٦٧ وكان لها عدد كبير من محطات الإذاعة الصوتية غير المرئية .

وتهدف في المقام الأول إلى بث البرامج الجادة ، وهي ليست تابعة للحكومة الأمريكية ، وإنما تقوم الدولة بتمويل جانب من ميزانيتها كمساهمة منها لتشجيع وجود إذاعات جادة إلى جانب الإذاعات التجارية أما باقي دخلها فيأتي من المنح التي تقدمها الهيئات والشركات لها .

وكذا تبرعات جمهور المستمعين وغيرهم ، وتتميز الإذاعة الصوتية الأمريكية بتخصص برامج محطاتها ، فهناك محطات لخدمة فئات معينة كالشباب ، والمتقنين والزنوج ، أو على تقديم الأخبار أو الموسيقى على اختلافها ، وذلك لمواجهة منافسة التلفزيون للإذاعة الصوتية .

وهكذا طورت الشبكات الإذاعية نفسها وكيفت أوضاعها ، حتى ازدهرت جنباً إلى جانب شبكات التلفزيون الأمريكي .

الشبكات الإذاعية في مصر :

كان عام ١٩٨١ مرحلة جديدة في تاريخ الإذاعة المصرية ، حيث تطبق نظام جديد هو نظام الشبكات الإذاعية ، الأمر الذي أدى إلى تقسيم النشاط الإذاعي إلى سبع شبكات رئيسية تضم ١٥ إذاعة محلية ، و ٣٩ خدمة إذاعية لتؤكد التواجد الإعلامي المصري على كافة المستويات المحلية والوطنية والعالمية .

وتواصل أداء رسالتها في الإعلام والتثقيف والترفيه في إطار الاستراتيجية العليا للإعلام المصري والتي تتركز حول حقيقة أساسية هي حق كل مواطن في الإعلام ، ولتواكب أهم الأحداث على الصعيدين الوطني والعالمي وفي شتى المجالات .

وبلغ إجمالي ما قدمته الشبكات السبع خلال عام ١٩٨٦/٨٥ ما يزيد على ٢٢٦ ساعة وبعدد من اللغات يبلغ ثلاثة وثلاثون لغة لتغطي أنحاء العالم وتنوعت أشكالها الإذاعية التي سنتحدث عنها فيما بعد . عند الحديث عن برامج الإذاعة والتلفزيون ، يبلغ إجمالي ساعات بث الشبكات الإذاعية مائة وأربعين ساعة ، وتسع وعشرين دقيقة في المتوسط .

ولو أضفنا اليوم ساعات إرسال المحطات الجديدة كإذاعة القناة ، وإذاعة مطروح ، وإذاعة الوادى الجديد ، لكان الرقم كبيراً ، وسبع وخمسون ساعة يومياً تبث من خلال ٣٩ خدمة إذاعية موجهة ، والشبكات السبع هي :

- ١- الشبكة الرئيسية
- ٢- شبكة المحليات
- ٣- الشبكة الثقافية .
- ٤- شبكة القرآن الكريم .
- ٥- الشبكة العربية " صوت العرب " .
- ٦- الشبكة التجارية .
- ٧- شبكة الاذاعات الموجهة .
- ٨- شبكة الشباب والرياضة .

ونتحدث عنها بالتفصيل فيما يلى :

أولاً : الشبكة الرئيسية :

هى الاذاعة الأم وبها أول برنامج إذاعى (البرنامج العام) الذى بدأ مع بداية الإذاعة عام ١٩٣٤ ، وتفرعت عنها إذاعات عديدة متخصصة ومحلية ، وتبث الشبكة إرسالها على مدى اربع وعشرين ساعة ، باعتبارها الشبكة الرئيسية المعبرة عن صوت مصر ، والخدمة

الرئيسية للإذاعة ، وتشير الدراسات والبحوث التي أجراها اتحاد الإذاعة والتليفزيون الى أولوية البرنامج العام من حيث عدد مستمعيه، فيرامجها توجه لتخدم أبناء مصر.

٢- شبكة المحليات :

أصبحت الإذاعات المحلية سمة من سمات العصر ، حيث تحقق نجاحاً أينما وجدت لما تقدمه من خدمات بالدرجة الأولى للبيئة والمواطن المصري أينما وجد ، لتشاركه تطوير بيئته وتمييزها والنهوض بها .

وتلعب دوراً هاماً في زيادة فاعلية أو كفاءة الإعلام الإذاعي في العملية التنموية ، حيث يمكن من خلالها التعرف على الاحتياجات المحلية ، والعمل على تعريف سكان المناطق التنموية ، حيث يمكن من خلالها التعرف على الاحتياجات المحلية ، والعمل على تعريف سكان المناطق التي تخدم بها ، وتكييف البرامج المذاعة بحيث تتفق مع ردود الفعل المحلية .

وتحقيق التكامل بين أنشطة المجتمع المحلي والإعلام الإذاعي فيقوم العمل الميداني المضمون الإذاعي من جهة ، كما تضفي الإذاعة المحلية الشرعية على العمل الميداني ، ويتم من خلالها تفسير الأمور

المحلية للجمهور ، وتشجيع افراده على التعبير عن أنفسهم حول مستقبل مجتمعاتهم ، ونعمل على المحافظة على الثقافة المحلية ونسعى إلى تطويرها ، ولخطورة دور الإذاعات المحلية يسعى اتحاد الإذاعة والتليفزيون إلى زيادة عدد محطاتها لتبلغ إحدى عشر محطة .

أنشئت أولاها في مدينة الاسكندرية عام ١٩٥٤ واعتبرت النواة الأولى لفكرة انشاء إذاعات محلية ، لتقديم خدماتها على أسس لا مركزية تتساقا مع فلسفة الإدارة المحلية ، وبما يحقق النهوض بالبيئات المحلية ، ويسر لها اسباب النمو والإزدهار ، وتشير الدراسات الميدانية أن ٩٢,٨% من ابناء مدينة الاسكندرية الذين يتابعون الراديو يستمعون إلى برامج إذاعات الاسكندرية المحلية ، ويبلغ حجم الذين يستمعون إلى الإذاعة ٨٥,٩% .

إذاعة الشعب :

وبدأت ارسالها لخدمة طوائف الشعب العاملة على اختلاف مستوياتها في يوليو عام ١٩٥٩ ، وذلك بهدف توعيتهم اجتماعيا واقتصاديا وسياسيا .

إذاعة القاهرة الكبرى :

وبدأت بث برامجها النيلية السادسة صباح الأربعاء أول أبريل ١٩٨١ ، لتخدم محافظات القاهرة الكبرى الثلاث (القاهرة - الجيزة - القليوبية) بكثافتها العالية والتي تبلغ ٤٠ ٪ من سكان جمهورية مصر العربية وذلك بعد مضم ٢٧ عاما من انشاء أول إذاعة محلية في الأسكندرية .

وهكذا استمرت سياسة التوسع في إنشاء المحطات المحلية فأنشئت إذاعات وسط الدلتا في (طنطا) وبدأت بث برامجها في ٢٢ يوليو ١٩٨٢ بإرسال مسائي مدته ساعتان ثم زيادتها تدريجيا مع ترايد نشاطها وتكثيف خدماتها وليصبح إرسالها ٥٦ ساعة أسبوعيا وعلى فترتين صباحية ومساءلية وكذا إذاعة شمال الصعيد التي بدأت بث برامجها من محطاتها في مدينة المنيا في ١٣ مايو ١٩٨٣ ولتغطي بإرسالها محافظات شمال الصعيد (اسيوط - المنيا - بنى سويف - الفيوم) .

أما إذاعة شمال العريش فقد بدأ العمل الإذاعي بها في الخامس والعشرين من أبريل عام ١٩٨٤ ، في ذكرى احتفال مصر برفع علم مصر على مدينة رفح وبثت برامجها خلال فترتين صباحية ومساءلية من مقرها بحي المساعيد في مدخل مدينة العريش كما تم الإفتتاح

التجريبية لإذاعة جنوب سيناء فى الثالث والعشرين من أبريل عام ١٩٨٥ فى مدينة الطور لتخدم مجتمع محدود فى مدينة الطور ، وواديها وقرية الحبيل .

ومنذ عام ١٩٨٥ وحتى ١٩٨٨ ولمدة ثلاث سنوات والعمل يجرى لإنشاء إذاعة القناة فى مدينة الإسماعيلية ، ولتخدم محافظات القناة الثلاث والشرقية ، وبدأت إرسالها التجريبية فى نهاية شهر مايو ١٩٨٨ ، وأفتتحها رئيس الجمهورية فى أكتوبر ١٩٨٨ هذا وقد انشئت إذاعة مطروح والوادي الجديد لتغطي وجه مصر فى الوادي الجديد ومزسى مطروح .

وهكذا يتوالى إنشاء الإذاعات المحلية ، ويتزايد انتشارها فى مصر يوما بعد يوم لأهميتها فى تحقيق تنمية المجتمع المحلى فى إطار التنمية الشاملة والتي تتكامل فيها أوجه النشاط الإجتماعى والاقتصادى مكونة كيانا واحدا لا يمكن فصل أجزاءه ، وتناول برامجها أفقا واسعة لخدمة المواطن فى المجتمعات المحلية فى كل المجالات .

ولتنمية قدراته وطاقاته تنمية كاملة من أجل خيره وخير بلاده ، وتتيح برامجها مزيدا من الخدمات لمستمعيها ولتشبع حاجاتهم المعرفية والمهارية والوجدانية ، فنجد التقارير والنشرات الإخبارية والبرامج

التعليمية وجامعة الهواء ، كما تفتح قنوات إذاعية جديدة لحل مشاكل جماهير المجتمع المحلي من خلال مجموعة من البرامج ، التي تعتبر حلقة ربط وثيقة بين الجماهير والأجهزة التنفيذية للحكم المحلي .

هذا بالإضافة إلى برامج الخدمات الخاصة بالطوائف وأصحاب الحرف والمهن المختلفة وطبقا لطبيعة كل مجتمع ، كما تهتم ببرامج الشباب والطلّاع والأطفال والأدباء بالتعاون مع مديريات الشباب وقصور الثقافة وتعمل على تحقيق المفهوم الديمقراطي وإتاحة الفرصة للرأى والرأى الآخر خلال برامجها التي تتيح حرية التعبير وإبداء الرأى ، كالتقارير الإخبارية ، والصور الصوتية التي تقدم من خلال المجالس الشعبية ، ومواقع العمل ، هذا بالإضافة إلى اهتمامها بتغطية المناسبات الهامة داخل المجتمع المحلي .

باختصار تعتبر الإذاعات المحلية قناة هامة للتعبير عن الآراء والمواقف داخل المجتمع المحلي تعرض مشاكله ، وتبرز مطالبه ، وتعالج قضاياها من وجهة أبناءه ، والتي تختلف من مجتمع لآخر كما تبرز الصورة البيئية التي يرى فيها أبناء المجتمع أنفسهم ، وهى بمثابة حلقة إتصال وعلاقة سليمة ومتوازنة بين المجتمع المحلي بمختلف قطاعاته وهيئاته ومؤسساته ومصالحه وتنظيماته شعبية أو رسمية .

هذا بالإضافة إلى علاقته بالمجتمع الوطنى الأكبر ولتؤكد الارتباط والتكامل بين الذاتية المحلية والهوية الوطنية ، مستهدفه ربط الجزء بالكل ، توظف إمكاناتها البرامجية لتلبية إحتياجات جمهورها من أبناء المجتمع المحلى باعتبارهم جزء من كيان هذا المجتمع .

وبالتالى تحقق المشاركة الجماهيرية لأعضاء البيئة المحلية تفكيراً وعملاً فى وضع وتنفيذ البرامج التى تستهدف النهوض بهم .

٣- الشبكة الثقافية :

وتضم البرنامج الثانى ، والبرنامج الموسيقى ، والبرنامج الأوروبى المحلى وتقدم الشبكة برامجها الثقافية رفيعة المستوى التى تخاطب قطاع المثقفين حيث تهدف إلى إشباع ميول المثقفين وتعمل على رفع المستوى الثقافى كمناقشات الرسائل العلمية (ماجستير - دكتوراه) والندوات والأعمال الأدبية والدرامية كالمسرحيات العربية والمترجمة ، والبرامج الشعرية والنقدية ، وتقديم الأعمال الموسيقية من الإهتمام بشرحها وتوضيحها .

ويعتبر البرنامج الأوروبى أقدم برامج الإذاعة قاطبة ، حيث بدأ مع مولد الإذاعة فى مايو ١٩٣٤ ويقدم بست لغات الجاليات الأجنبية فى مصر ، وهم الإنجليزية والفرنسية والألمانية والإيطالية واليونانية

والأرمينية ، ويعرف المستمع الأجنبي في مصر بالمبادئ والإنجازات ووجهات النظر المصرية .

بالإضافة إلى أهم الأخبار والأحداث التجارية في الداخل والخارج وكذا التحرك المصري في كافة القضايا المصرية وبعض برامج تعليم اللغات خاصة الإنجليزية والألمانية .

أما البرنامج الثاني فبدأ إرساله في ٢٥ مايو ١٩٥٧ ليقدم للمتقنين من المستمعين خدمة ثقافية متخصصة تواكب في إنتاجها البرامج عرض النشاط الفكري والثقافي والعلمي في مصر ، وكذا تراثها الحضاري على مر العصور والأزمان وتأثيرها في مختلف حضارات العالم .

وبدأ البرنامج الموسيقي إرساله في مارس ١٩٦٨ لنشر الوعي الموسيقي حيث عينت الإذاعة بالموسيقى على اختلافها ، لتأثيرها البالغ في حياة الشعوب ، وتنمية الذوق ، والإحساس بالجمال ، ويهتم البرنامج بنشر الثقافة الموسيقية بين المستمعين ، فيقدم روائع الأعمال الموسيقية عالمية وعربية ، بالإضافة إلى أحدث المنوعات الغنائية ، والتراث العربي من الموسيقى والغناء ، والذي بدأت الفرق الموسيقية المتخصصة في إعادة تقديمه بشكل جديد .

٤- الشبكة العربية :

وتضم الشبكة إذاعة صوت العرب ووادي النيل ، وإذاعة فلسطين ، وقد أنشئت إذاعة صوت العرب في الرابع من يوليو ١٩٥٣ بعد قيام ثورة يوليو بعام واحد يهدف تعميق الشعور العربى ، وإبراز الروابط العميقة التى تجعل من الوطن العربى أسرة واحدة ، وذات مصير واحد .

وإلقاء الأضواء على إمكاناتها ، ومجالات العمل العربى المشترك ، والتعبير من وجهة نظر مصر فى كافة القضايا والشئون العربية ، وأبراز دورها ونضالها من أجل قضايا الأمة العربية .

كما تضم الشبكة العربية كافة الإذاعات الموجهة من مصر إلى المنطقة العربية ، كإذاعة فلسطين والتى بدأت إرسالها فى التاسع والعشرين من أكتوبر ١٩٦٠ تستهدف جميع أبناء فلسطين والعرب حول الهدف المشترك واستعادة الحقوق المشروعة لشعب فلسطين وتعمل ببرنامجها على إبراز النضال الفلسطينى والقومى من أجل قضية فلسطين .

وتأكيد دور مصر فى مساندتها على جميع الساحات الدولية ،
تسعى إلى الإبقاء على حيوية وحضور الصوت الفلسطينى ، وتعميق
الارتباط من الفلسطينيين فى المناطق العربية المحتلة وإلقاء الأضواء
على صمود الشعب الفلسطينى ، وإبراز فنونه وأدابه ، وأهم شخصياته
فى كافة المجالات السياسية والأدبية والعلمية ... الخ والحفاظ على
الطابع الفلسطينى فى كافة المجالات وحتى العودة .

من جهة أخرى تضم الشبكة العربية إذاعة وادى النيل التى
أنشئت فى أول يناير ١٩٨٤ .

ولتصبح أول إذاعة مشتركة فى تاريخ الإعلام العربى لتجسد
مسيرة التكامل شعبى وادى النيل فى كل من مصر والسودان ومن قبل
كانت إذاعة " ركن السودان " التى بدأت إرسالها منذ عام ١٩٤٩ كركن
من أركان البرنامج العام وفى أوائل عام ١٩٥٤ تقرر تخصيص
برنامج كامل مستقل يهدف إلى تحقيق الصلات وتدعيم أواصر التقارب
مع الشعب السودانى الشقيق ولتعميق مسيرة التكامل بين البلدين ولتربط
السودانيين فى كافة أرجاء الوطن العربى بوطنهم فى جنوب الوادى .

وهكذا تواصل إذاعة وادى النيل مسيرتها من أجل إنسان وادى
النيل شماله وجنوبه ، ولا شك من التجارب التى تعتر بها إذاعة وادى

النيل عمل الإذاعيين السودانيين والمصريين جنباً إلى جنب ، سواء في القاهرة أو الخرطوم يسودهم الإهتمام لوادى النيل ، ويعملون بروح الفريق الواحد .

٥- شبكة القرآن الكريم:

وتضم إذاعة القرآن الكريم والتي أنشئت في مارس عام ١٩٦٤ ، لتزود المستمعين بالثقافة الإسلامية في منابعها الأصلية القرآن الكريم والسنة النبوية ، ونشر الدعوة الإسلامية وتعميق الوعي الإسلامى ، وتقديم الزاد الروحى فى صورته وأشكاله المتعددة مع إذاعة النص القرآنى مرثلاً ، أو مجوداً بصوت المشاهير من القراء وتقديم الشرح والتفسير والتحليل والتوجيه من خلال برامج الفتاوى والفقهاء وبرامج المجتمع والأسرة ، والتغطية الكاملة لكل المناسبات الدينية وتغطية الأحداث الهامة فى حياة المسلمين .

٦- الشبكة التجارية:

وتضم إذاعة الشرق الأوسط والتي بدأت خدماتها الإذاعية فى مايو ١٩٦٤ كخدمة تجارية لها طابعها المميز بين سائر الخدمات الإذاعية الأخرى ، حيث يتوفر لها جذب أكبر عدد من المستهلكين والمعلنين فى الشرق الأوسط وتعتمد فى تمويلها ودخلها على الإعلان

كوسيلة لدعم برامجها ، والتي تتصف بالتشويق والجاذبية وتقديم الألوان المختلفة من الموسيقى والغناء والثقافة والدراما .

إلى جانب الالتزام بأهداف الإذاعة من إعلام وأخبار وتثقيف وتسلية وترفيه ، وتتسم برامجها بالخفة والسرعة ، ويتفق إيقاعها مع إيقاع الحياة نفسها فلم تعد البرامج الطويلة فيها عمادها الأول وطابعها العام ، لأن الاعتماد على مثل هذه البرامج يكسب الإذاعة إيقاعاً بطيئاً لا يتفق مع إيقاع المجتمع السريع ، وهذا سر إقبال جمهور المستمعين عليها .

٧- شبكة الإذاعات الموجهة :

بدأت البرامج الموجهة خدماتها عام ١٩٥٣ لى تحمل إلى شعوب العالم صوت مصر لتعريف بوجهة النظر المصرية في مختلف القضايا السياسية وخاصة المنطقة جنوب آسيا ، وجنوب شرق آسيا ثم بدأ الإرسال مناطق أخرى في أفريقيا وأوروبا والأمريكتين وأخيراً أستراليا حتى شمل كافة قارات العالم ، ولتعريف كافة شعوب العالم بوجهة النظر المصرية أزاء القضايا والمشكلات الدولية .

وتعريف شعوب العالم بالحضارة المصرية ، وزيادة الروابط بين الشعب المصري وشعوب العالم ، وإيراز دور مصر وجهودها على كافة المستويات الوطنية و العربية والإسلامية والعالمية ، ونشر وتعليم اللغة العربية عن طريق تعليم العربية بالرائيو ، وتقديم برامجها الموجهة من خلال ٣٩ خدمة إذاعية ، وتغطي أرجاء المعمورة باستخدام ٣٤ لغة ولهجة على مدى سبع وخمسين ساعة في المتوسط يوميا ، من بينها العربية والإنجليزية والفرنسية والصومالية والبرتغالية والأندونيسية والبمبيرة الأوردية والفارسية والتايلاندية والسواحلية والأمهرية والشونا واللينجالا واليوريا والملايوية والبشيتو والألمانية والزولو والصينية والعفريية والسنديبيلي والهاوسا والفولانية والعبرية والتركية والبنغالية واليابانية والروسية .. الخ .

٨- شبكة الشباب والرياضة :

اتفق في ١٩٧٤/٩/٣٠ على إنشاء خدمة إذاعية للشباب تعبر عن آرائهم وافكارهم وترد على تساؤلاتهم واستفساراتهم .

وبالفعل انشئت هذه الخدمة في ١٩٧٥/١٠/٦ بطاقم من المذيعين الشباب حديثي التخرج وبدأت هذه الاذاعة ليضملى ارسالها لمدة

ساعتين يوميا وذلك على فترة واحدة من الساعة الثالثة وحتى الخامسة مساءً .

ثم بدأت إذاعة الشباب والرياضة بفترة بث صباحية بعد ذلك مدتها ساعة من الساعة وحتى الثامنة صباحا تتلوها فترة بث مسائية مدتها ساعتين من الثالثة ظهرا وحتى الخامسة مساءً ثم بعد ذلك الغيت الفترة الصباحية ابتداء من الأسبوع الثالث لبدء الإذاعة في ٧٥/١٠/١٨ وتم الاكتفاء بالفترة المسائية .

وفي عام ٨٢/٨١ تم إعادة البث في الفترة الصباحية من الثامنة وحتى التاسعة صباحاً وابتداء من عام ٨٣/٨٢ زادت فترة البث المسائية فأصبحت تبدأ من الثانية ظهراً وحتى الساعة مساءً وبذلك بلغ إجمالي بثها اليومي في ذلك العام ست ساعات على الفترتين الصباحية والمسائية .

وفي نفس العام اضيف إلى اسمها كلمة الرياضة فأصبحت إذاعة الشباب والرياضة ، ولقد تميزت إذاعة الشباب والرياضة منذ بداية نشأتها بتناول الموضوعات التي تهتم قطاع الشباب على اعتبار أن الشباب هو أمل مصر في المستقبل وتقع على عاتقه مسئوليات حسام .

وفي بداية نشأتها أيضا كان يحد من انطلاق اذاعة الشباب نقص الدعم المادى الذى يمكنها من تحقيق الارسال لتقديم أكبر عدد ممكن من البرامج لكى تناسب مختلف اتجاهات الشباب ، وكذلك محاولة إيصال هذه الخدمة الاذاعية إلى مختلف أنحاء الجمهورية ، وفى يناير عام ١٩٩٠ بعد أن توقف نشاط إذاعة الشعب ارتفع عدد ساعات ارسال إذاعة للشباب والرياضة إلى ٩ ساعات على فترتين لمدة أربع ساعات من الثامنة صباحا وحتى الثانية عشر ظهرا واستمرت الفترة المسائية كما هى من الثانية وحتى الساعة مساءً

وفى يناير عام ١٩٩٣ زاد عدد ساعات ارسال إذاعة الشباب والرياضة أيضا إلى ١٣ ساعة يوميا من بداية افتتاح إذاعة الشباب فى السادسة صباحا وحتى الساعة مساءً .

وفى نوفمبر عام ١٩٩٤ زاد عدد ساعات ارسال إذاعة الشباب والرياضة لتصبح ٢٠ ساعة فى اليوم وتقدم برامجها على فترتين الفترة الأولى من السادسة صباحاً وحتى الساعة مساءً ، والفترة الثانية من العاشرة مساءً إلى الواحدة بعد منتصف الليل .

وفى بداية عام ١٩٩٥ انفصلت إذاعة الشباب والرياضة عن شبكة الاذاعات المنطية وأصبحت شبكة الشباب والرياضة أى شبكة

مستقلة شأنها شأن الشبكة التجارية والشبكة الرئيسية وزاد عدد ساعات إرسال إذاعة الشباب والرياضة بعد أن أصبحت شبكة إلى عشرون ساعة في اليوم بدأ من الساعة السادسة صباحاً وحتى الثانية بعد منتصف الليل .

إذاعة الشباب والرياضة في ظل نظام الشبكة الإذاعية :

في أول أبريل عام ١٩٨١ بدأت مرحلة جديدة من عمر الإذاعة المصرية ، حيث تم تطبيق نظام فني متخصص عرف " بنظام الشبكات الإذاعية " وبمقتضاه أصبحت الإذاعة المصرية تتكون من سبع شبكات . بحيث يتم وضع الإذاعات المتماثلة والمتكاملة في رسالتها على موجة واحدة بحيث لا يتوه المستمع مع المؤشر المتقل بين موجات عديدة بغية البحث عن إذاعة معينة ، فالشبكة الإذاعية كيان مستقل تستهدف في أدائها نوعية من الجماهير المتجانسة اجتماعياً واقتصادياً .

وبموجب هذا النظام انضمت إذاعة الشباب والرياضة في بداية نشأتها إلى شبكة الإذاعات المحلية أو الإقليمية والتي تضم فيها جميع الإذاعات الإقليمية والمحلية في مصر .

وفى ضوء هذا النظام استقلت إذاعة الشباب فى بداية نشأتها بست ساعات للإرسال على فترتين الأولى من الثامنة وحتى التاسعة والثانية من الثانية ظهراً وحتى السابعة مساءً .

وفى عام ١٩٨٩/١٩٩٠ كان اجمالاً، عدد ساعات إرسال الإذاعة المصرية كلها باستثناء شبكة الإذاعات الموجهة ٧٣٨٣١ ساعة بمتوسط يومى ٢٠٧ ساعة و ٥٥ دقيقة و شغلت منها الشبكة المحلية ٢٩٥١٧ ساعة بمتوسط يومى ٨٦ ساعة و ٣٠ دقيقة

أما إذاعة الشباب والرياضة فكان نصيبها ٣١٤٣ ساعة إرسال بمتوسط يومى ٨ ساعات و ٣٧ دقيقة ، أى نسبة ١٠,٦ ٪ من اجمالى ساعات إرسال شبكة المحليات ٤,٣ ٪ من اجمالى ساعات إرسال الإذاعة المصرية .

وفى عام ١٩٩١/١٩٩٢ كان اجمالى عدد ساعات إرسال الإذاعة المصرية كلها ٩٩٣٩٨ ساعة بمتوسط يومى قدره ٢٧٢ ساعة و ٢٠ دقيقة وترجع هذه الزيادة إلى إضافة إحدى الخدمات الإذاعية التابعة لشبكة المحليات وهى إذاعة مرسى مطروح المحلية بالإضافة إلى زيادة إرسال بعض الخدمات الأخرى وباستثناء شبكة الإذاعة الموجهة يكون المتوسط اليومى للشبكات الست الأخرى ٢١٤ ساعة

و ٤٤ دقيقة ، وقد شغلت شبكة المحليات ٣٢٢٢٥ ساعة و ١٧ دقيقة من اجمالي عدد ساعات إرسال الإذاعة المصرية .

أما إذاعة الشباب والرياضة فكان نصيبها ٣٧٠٢ ساعة أى بنسبة ١١,٥ ٪ من اجمالي ساعات إرسال شبكة المحليات ٤,٧٢ ٪ من اجمالي ساعات إرسال الإذاعة المصرية .

- وتبث إذاعة الشباب والرياضة حالياً برامجها على موجة شبكة الشباب والرياضة وهى موجة F . M ٤٢٢ مترابذبذبة قدرها ٧١١ كيلو هرتز ويغطى إرسالها جميع أنحاء جمهورية مصر العربية وبذلك أصبح لإذاعة الشباب والرياضة منذ عام ١٩٩٥ شبكة مستقلة تسمى شبكة الشباب والرياضة ..

بالإضافة إلى هذه الشبكات الثمان أنشأت إذاعة جمهورية مصر العربية ولأول مرة ما يلى :

(١) الأخبار المركزية لخدمة كل الشبكات الإذاعية ، وتعمل على جمع الأبناء من مصادرهم الأساسية ، وتتولى بدورها توزيعها على الشبكات لتعد كل شبكة أو خدمة نشرتها الأخبارية بما يتلاءم مع هدف أنشائها ومتطلبات مستمعيها .

(٢) تخطيط الإنتاج الإذاعي المركزى على مستوى الإذاعة والذي يخدم كل شبكة الإذاعة مع مراعاة طبيعة كل شبكة إذاعية وتخصصها بحيث تركز كل شبكة فى إنتاجها على الموضوعات والأشكال الفنية التى تساعد على أداء رسالتها .

ومن بينها التخطيط للإنتاج الغنائى والموسيقى ، وتخطيط الإنتاج للدراما ، وتخطيط الإنتاج الدينى والتخطيط للإنتاج للمناسبات والتباديل الإذاعى والتى تحتاجها الإذاعات على اختلافها ، هذا بالإضافة إلى أن كل شبكة تخطط عما تنوى تقديمه من عطاء موسيقى أو غناء أو دراما أو برامج دينية وترفع هذه الخطط إلى اللجنة المركزية على مستوى قطاع الإذاعة وتضم كفاءات ممتازة من خارج الإذاعة ، إلى جانب مديري الإنتاج فى الشبكات الإذاعية كالدراما مثلاً .

ويتولى هذه اللجنة التنسيق بين الخطط والإطمئنان على ارتباط المسلسلات والتمثيلات المقترحة بالقضايا والموضوعات التى تفرضها التزامات الإذاعة حيال المجتمع وظروفه فى كل مرحلة ، كما تتولى هذه اللجنة قراءة جميع حلقات المسلسلات التى تعرض عليها .

وتعتبر فى هذه الحالة بمثابة لجنة قراءة ، وذلك للإطمئنان على المستوى الفنى للمعالجة الدرامية ، وفق الأسس المتعارف عليها فى

الدراما الإذاعية ، وتراعى طبيعة كل شبكة إذاعية ، وتخصصها والتنسيق بين الألوان الدرامية التى تقدمها الشبكات الإذاعية ، بحيث يتحقق من خلال التنوع فى عطاء الشبكات نوع من التكامل فى أداء الرسالة الإذاعية .

والحرص على تنويع الأشكال الدرامية ، فليس الإنتاج الدرامى قاصرا على المسلسلات وحدها وإنما يتضمن تقديم التمثيليات (سهرة - نصف - ساعة) والبرامج الخاصة ، والبرامج الدرامية ، والبرامج نصف الدرامية ، كما توازن فى تخطيطها الدرامى بين الكم والكيف فليست العبرة بكم ما تقدمه من دراما .

وإنما مستوى ما تقدمه من موضوعات ، بأسلوب فنى رفيع يستطيع جذب اهتمام المستمع ومتابعته ، مع الحرص على فتح المجال أمام المواهب والمبدعين والكتاب الجدد فى ميدان التأليف الدرامى .

وتنظيم الدورات التدريبية لمن يبدئ رغبة فى دراسة حرفية الكتابة للدراما الإذاعية .

ولعل هذا هو أحد الوسائل التى تلجأ إليها الإذاعة لمواجهة النقص فى عدد كتاب الدراما الإذاعية المتمرسين الذين قد تشدهم من الإذاعة اغراءات الكتابة لحقول فنية أخرى تدر عائدا ماديا أكبر ، كما

تحرص على انتاج اعمال درامية خاصة تشارك بها فى المسابقات الإذاعية والعربية أو الإفريقية .

(٣) جهاز مركزي للتنسيق بين كافة الشبكات الإذاعية فى مجال استخدام الإمكانيات الإذاعية المتاحة ، وخاصة التنسيق بين المواد الإذاعية ، كالأشرطة فالبرامجى ما عليه إلا أن يرسل للتنسيق الأشياء التى يحتاج إليها كجزء من تمثيلية أو مسرحية أو حديث للشيخ الشعراوى ، وكل شريط له رقم ، وما عليه إلا أن يكتب ما يريد .

ويتم تزويد مقدمى البرامج بها ، طبعاً هذا بخلاف ما تختص به شبكة التنسيق من اعداد وإصدار البرامج اليومية للشبكات الإذاعية ، وتنسيق إذاعة الأغاني بينها ، وإصدار التعديلات الإذاعية لجميع الشبكات ، مع إعداد البرامج ذات الصفة الطارئة وتنفيذها ، وإعداد برامج المناسبات وتنفيذها ، وتنفيذ الإذاعات والتسجيلات الخارجية ، وحجز الاستديوهات الإذاعية للشبكات واستديوهات المراسلين .

وتنفذ جميع التسجيلات الإذاعية ، وكذا البرامج المذاعة على الهواء ، وإعداد القوائم للبرامج وإرسالها للقطاع الإقتصادى لتسويقها ، وتنفيذ البرامج بالتبادل الإذاعى ، وتنفيذ البرامج المهداه من الإذاعات للجهات الأخرى .

بينما تقوم ادارات التنسيق بخدماتها لكل شبكة فيما يلي :

- ١- تخطيط واعداد خرائط الدورة وتوزيع البرامج الجديدة والمستمرة على المساحة الزمنية المخصصة للبرامج .
- ٢- استخراج ارقام الاشرطة للمطربين والمطربات والبرامج الغنائية وأغاني الأفلام وإدراجها على البرنامج اليومي .
- ٣- ضبط الوقت الخاص بالبرنامج والأغاني ، والتأكد من سلامة المبدد المدرجة بالبرنامج ، وتحديد الأوقات التي يتم فيها تعديل الموجات ، وإدراجها على البرنامج اليومي .
- ٤- اصدار التعديلات المطلوبة والمعتمدة من رئيس الشبكة .
- ٥- إدراج الإعلانات على البرنامج اليومي ، وإجراء التعديلات وفقاً لرغبات المعلنين وإدراج الإعلانات التي تذاع خلال البرامج المختلفة ، وتعديل الأغاني التي توضع قبل وبعد الإعلانات .
- ٦- تنسيق البرنامج اليومي للبرامج الموجهة باللغات المختلفة .

مكتبات الإذاعة :

ومنها المكتبة الرئيسية التي تمد الشبكات الإذاعية بالأشرطة المطلوبة ، وهناك مكتبة الهندسة الإذاعية ويحفظ بها التسجيلات ذات القيمة الأدبية والمادية الهامة .

وهناك مكتبة حركة الأشرطة لتسليم الشبكات وإعادة إنتاجها لحفظها
وتتضمن مكتبة الإذاعة تراثا إذاعيا هاما ونادرا ، ويجرى العمل على
تطوير نظام المكتبات وأنشاء المكتبة التاريخية ومكتبة التمثيليات ،
ومكتبة القرآن الكريم .

فضلاً عن وجود مكتبات فرعية تخدم الإذاعات المحلية ،
كإذاعة الإسكندرية ووسط الدلتا والغريش ، وشمال الصعيد الخ)
ومكتبة خاصة بالأسطوانات الموسيقية والغنائية والتي تذاع فقرات
البرامج أو في البرامج الموسيقية على اختلافها .

وفي الختام هناك الشؤون المالية والإدارية والتي تضم الحسابات
العالية للإذاعة والتكاليف والميزانية والعقود والشؤون الإدارية وشؤون
الأفراد .

مميزات الراديو كوسيلة اتصال جماهيرية

يمتاز الراديو كوسيلة اتصال جماهيرية بأنه كان ولا يزال الوسيلة الأساسية للاتصال في معظم أرجاء العالم ، حيث ترجع أهميته إلى سرعة وصول الرسائل المسموعة إلى الجماهير ، وإلى رخص ثمنه ، ويسر استخدامه فأحياناً ما يكون الراديو الوسيلة الوحيدة لنقل الأنباء وزبود الأفعال وتفسير الأحداث .

هذا بالإضافة إلى أنه الوسيلة الوحيدة من وسائل الاتصال التي لا يمكن إيقافها إيقافاً كلياً وفعالاً ، فهي تصل إلى جميع أنحاء العالم المختلفة في نفس الوقت متخطياً حاجز الأمية والحدود والفواصل الجغرافية والطبيعية ... كما تتميز المادة الإذاعية بإمكانية تسجيلها وإذاعتها عدة مرات ، وتجاوب المادة الإذاعية مختلف فئات الجماهير وتنقل لهم الثقافة والعلوم والفنون والأخبار أينما كانوا كذلك فإن تنوع المادة المقدمة على مدار اليوم يتيح لها أن تقدم للمستمعين خدمات عديدة متعددة تفي بكافة احتياجاتهم ورغباتهم . ويتسم الراديو بكونه يخاطب الإنسان الفرد بما يجعله وسيلة حميمة تحقق اللفة مع المستمع ... ويستخدم الراديو الكلمة

المنطوقة والموسيقى والمؤثرات الصوتية بما يتيح له التأثير على العقل والعاطفة معاً .

فكرة الراديو تأتي من كونه وسيلة دولية وحالية ومرنة ، كما أن إنتاج برامجه لا يتطلب تكلفة مادية عالية مثل غيره من وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى .

ومع كل تلك المميزات السابقة نجد أن الراديو كوسيلة اتصال جماهيرية تحقّق بعض الجيوب مثلاً كونه وسيلة سمعية فقط أي تعتمد على الصوت وبالتالي التأثير يكون أقلّ بما إذا استخدمنا حاستين مثل السمع والبصر معاً ، فإن قدرة الإنسان على التركيز وبالتالي حدوث التأثير المرغوب تكون أكثر فاعلية ما لم يتم استخدام السمع والبصر معاً... كما أن هناك جيباً آخر ألا وهو صعوبة استعادة الرسالة إذاً فقلنا في فهمها من المرة الأولى ، فتحنّ نستطيع أن نعيد قراءة ما لم نفهمه من صحيفة أو كتاب أو غيره ولكن هذه الميزة غير موجودة في الراديو .

خصائص الاذاعة كوسيلة اتصال :

يتميز الراديو - كوسيلة اتصال جماهيرية - بعدة خصائص أساسية يمكن إجمالها فيما يلي :

١ - إتساع نطاق التغطية الجغرافية للارسال الإذاعي :

لقد نشط نمو الاتصال الإلكتروني نتيجة التزايد المضطرد لقنوات الارسال المستخدمة ، فعندما اخترع الراديو في البداية ، كانت الأطوال المستخدمة هي ما يطلق عليه الآن الموجات الطويلة ، وهذه الموجات آنذاك هي التي تستطيع الانتقال عبر مسافات بعيدة ، وادخلت بعد ذلك تدريجياً الموجات المتوسطة التي تغطي دولة أو منطقة معينة ، غير أنه بغية توسيع نطاق الارسال بدرجة أكثر أخذ الإذاعيون يستخدمون ترددات أعلى (الموجة القصيرة) . ولاشك أن استخدام الموجة القصيرة هو في حقيقته يمثل امتداداً متنوعاً لوسائل الاتصال ، حيث تستخدم الدول هذه الموجة للاذاعات الخارجية لكي يصل الارسال إلى المستمعين في مناطق مختلفة من العالم ويساعد على ذلك طبيعة

موجات طيف الراديو القادرة على تغطية مساحات شاسعة من الكرة الأرضية فلا يمكن لأي وسيلة إتصال جماهيرية أن تنافس الاذاعة فيما يتعلق بنطاق التغطية الجغرافية ، والاذاعة في ذلك تتخطى الحواجز والقيود الطبيعية والمصطنعة مثل الصحارى والجبال والى حد كبير محطات التشويش خاصة بعد التطورات التكنولوجية الحديثة ، وتدور الكلمة المذاعة حول العالم سبع مرات ونصف المرة في الثانية الواحدة مما جعل الراديو يظهر العالم وكأنه قرية صغيرة ، وشكل في الوقت نفسه أحد الاسباب التي جعلت الاذاعة خصوصاً من بين وسائل الاتصال الجماهيرية تنسجم بأنها أكثر هذه الوسائل تحت سيطرة الحكومة في دول العالم المختلفة أي أن الحكومات - نتيجة لاعتبارات وأسباب متعددة - تلجأ إلى الاذاعة وتتخذها سلاحاً لتحقيق أهداف معينة في الداخل والخارج سواء في السلم أم الحرب ، وذلك لما تتمتع به الاذاعة من سرعة فائقة وإتساع نطاق التغطية الجغرافية للارسال الازاعي ، وبالتالي إمكانية الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير مقارنة بالوسائل الأخرى .

٢ - إقتصاديات الاذاعة :

إن انخفاض تكاليف الارسال والاستقبال الاذاعي أضفى على الاذاعة أهمية خاصة سواء بالنسبة للدول النامية أم الدول المتقدمة ، فكلاهما تستخدم الاذاعة بشكل مكثف فى الداخل والخارج ، وإن اختلفت وتباينت درجات هذا الاستخدام .

غير أن هذه الصفة للاذاعة - وأعنى بها كونها وسيلة إقتصادية - جعلتها من أكثر الوسائل التى تناسب ظروف الدول النامية ، ذلك أن هذه الدول تواجهها عقبتان أساسيتان هما : انخفاض أو تردى الوضع الإقتصادى ، والامية المنتشرة بين الجماهير ، والراديو بمميزاته يتخطى هاتين العقبتين .

حيث أن الراديو يتخطى حاجزى الامية والفقر أما التليفزيون فعلى الرغم من أنه يتخطى حاجز الامية إلا أنه سرعان ما يصطدم بعقبة الفقر ، أى أن التليفزيون رغم إنتشاره الكبير على المستوى العالمى ، إلا أنه أقل إنتشاراً من الراديو ، نظراً لاعتبارات متعددة منها الجانب الإقتصادى ، فجهاز استقبال

الراديو أرخص من جهاز استقبال التليفزيون بصفة عامة وتكاليف إقامة خدمة إذاعية (محطة راديو) أقل بكثير من إقامة خدمة تليفزيونية (محطة تليفزيونية)، كما أن الانتاج الإذاعي أسهل وأرخص من الانتاج التليفزيوني، وغير ذلك من العوامل التي تجعل الإذاعة إقتصادية أكثر من التليفزيون وغيره من وسائل الاعلام والاتصال بالجمهور .

ولا يمكن فصل الخصائص الاقتصادية للإذاعة كوسيلة اتصال عن الخصائص الأخرى . فالجمهور الواسع الذي من الممكن أن يصله الإرسال تكاليف قليلة ، كما يضيف إمكانيات أو خصائص أخرى للراديو متمثلة في جعله وسيلة إعلامية مقبولة لأن ما يهم المعن هو وصول الإعلان إلى قطاعات عريضة من الجمهور ، ووجود الإعلان في حد ذاته يدعم إقتصاديات الراديو .

٣ - النحو النفسى المرتبط بالإذاعة كوسيلة اتصال :

إن الإذاعة وسيلة اتصال تضيف على الشخصيات وزناً كبيراً ، في حين أن التليفزيون وسيلة اتصال ترفض الشخصيات

التي ترتفع درجة سخونتها أكثر من اللازم ، ويؤثر الراديو في
المستمع بشكل حميم لان علاقة الالفة بينهما - أى بين الراديو
والمستمع - تفتح عالماً كاملاً من الاتصال الضمنى - أنها علاقة
بمثابة تجربة شخصية ذات طابع خاص ، تملك تحويل الفرد
والمجتمع إلى حجرة واحدة تردد فيها الاصدااء ، وبطريقة تجعل
المستمع يعيش هذه التجربة معيشة واضحة ، أى أن قدرة الراديو
على اجتواء المستمع بشكل عميق ، تجعل هذا المستمع يخلق
لنفسه عالماً خاصاً وسط زحام الحياة ، وتكون الحالة الذهنية أو
العقلية للاستماع فى هذه الحالة موجبة للمستمع أن الراديو يتحدث
إليه فقط ، لان الراديو بطبيعته وسيلة اتصال ذاتية رغم أنه
يخاطب الملايين فى وقت واحد ، ويؤكد مارشال ماكلوهان هذه
النقطة بقوله : « يتوجه الراديو شخصياً إلى المستمع وبشكل حميم
وخصوصى ، كما أن الراديو يعتبر إمتداداً لجهازنا العصبى
المركزى ، أليس جديراً بإثارة تأملنا أن هذا الراديو يتناغم بشكل
خاص مع أول إمتداد لجهازنا العصبى المركزي وهو اللغة
العامة ؟ ان تزواج هاتين للتكنولوجيتين الاهم من كل

التكنولوجيات وأقولها لأبد أن يولد أشكالاً جديدة وغريبة من الخبرات الإنسانية .

٤ - الإذاعة وإثارة حاسة التخيل لدى المستمع .

عند الاستماع للراديو تعود كل الخصائص الإيجابية التي سلبتها الصفحة المطبوعة من اللغة المنطوقة ، فإذا استمعنا مثلاً إلى مسرحية دون أن نشاهدها في هذه الحالة يتم استغلال الحواس العقلية - أن جاز التعبير - لا أن نعتمد فقط على رؤية الحدث ، مما يولد نوعاً من المشاركة الذهنية يقوى من فاعلية المضمون المقدم وبالتالي زيادة تأثيره ، وقد أثبتت بعض التجارب التي أجريت في مجال الإعلام والاتصال بال جماهير هذه الحقيقة ، ففي تجزية قام بها العلماء في مدينة تورنتو بكندا قدموا نفس المعلومات لأربع مجموعات عشوائية من الطلاب في وقت واحد عن تركيب اللغة غير المكتوبة ، وتلقت إحدى المجموعات عن طريق الراديو والثانية عن طريق التليفزيون والثالثة على شكل محاضرة ، والرابعة قرأتها مطبوعة ، وبالنسبة للمجموعات الثلاث الأولى قام قارئ واحد بتلاوة المعلومات بطريقة جافة

دون استخدام السبورة ودون أن يكون من الممكن توجيه الأسئلة الخاصة . ولم تتح لكل وسيلة أن تستخدم إمكانياتها الذاتية ، وتم وضع إمتحان موحد لكل المجموعات بعد نصف ساعة يكون أثناءها قد أخذ علماً بالموضوع ... وكانت النتيجة أن تفوقت مجموعتا الراديو والتليفزيون على المجموعتين الأخريين ، لكن عندما أعيدت التجربة مرة أخرى وأعطي فيها الفرصة لكل وسيلة أن تستخدم إمكانياتها الذاتية كانت النتيجة أن تفوق الراديو على كل الوسائل حيث حصلت المجموعة التي تلقت المعلومات بالراديو على أعلى نسبة من الدرجات . وتفسر نتائج هذه التجربة بأن الراديو يعطي فرصة كبيرة للمشاركة ، أي مشاركة خيال المستمع في تجسيم الواقع المقدم في صورة مضمون وذلك اعتماداً على إثارة حاسة الخيال لدى هذا المستمع ، وإذا كان البعض يرى أن اعتماد الاذاعة على حاسة واحدة هي حاسة السمع يعتبر نوعاً من النقص أو القصور فإن هذا ليس صحيحاً إلا من الناحية الشكلية فقط . ومصدر هذه الصحة الشكلية أن مستمع الراديو محروم بالفعل من سحر الصورة التليفزيونية ومن ديكور السينما ، ومن إضاءة المسرح ... وهكذا .

غير أنه من الناحية العملية والموضوعية نجد أن الراديو يعوض هذا القصور الشكلي بالاعتماد على ملكة خاصة و غير محدودة هي ملكة الخيال عند المستمع . وهنا يمكن إمتياز الراديو لأقصوره ، لأن الصورة تجد كل شيء أمام المتفرج وتحدده ، بينما نجد الراديو مسرحية في ذهن المستمع ويتركه ليتخيل المكان والأشخاص والظروف التي تميز كل منهما مما جعل هذا المستمع أكثر تأثراً بما يقال وأكثر إستيعاباً له ، الأمر الذي يفضي إلى القول بأن خيال المستمع يمثل إمكانية هائلة في يد الراديو تسهل من مهمته وتزيد من احتمالات فاعليته .

هذه النقطة ترتبط بنقطة أخرى هي القوة الإيجابية للإذاعة ذلك أن عنصر التعبير عن الشخصية متوافر في الصوت الإذاعي النابض بالحياة ، ونظراً لطبيعة جهود الإذاعة يتفاوت من حيث مدى التأثير فيه فإنه يعد من أصلح وسائل الاتصال الجماهيري وأقدرها على الإستهواء والإيحاء خاصة بين الجماهير التي تسودها خصائص معينة ويغال دوب "Leonard Doob" سر القوة الإيحائية للإذاعة بسرعتها الفائقة وبالتالي السرعة في النشر ،

الأمر الذى يجعل المضمون الاذاعى يكتسب ميزة السبق ، سواء كان ذلك فى الخبر أم فى الرأى ، وبالتالي يكتسب هذا المضمون صفة إحداث الأثر الأول ، وهذا الأثر بطبيعته لا يمحي بسهولة ، كما تصعب معارضته ، بمعنى أكثر تحديداً تكون احتمالات قوته ورسوخه فى ذهن المستمع هى احتمالات قوية ، وقد أسهمت الدراسات السوسولوجية بقدر وافر من الأبحاث والدراسات التى تناولت هذه النقطة والتى أصبحت تمثل أساساً قوياً فى المجالات السياسية عموماً والرأى العام على وجه الخصوص .

٥ - الصورة الذهنية للاذاعة لدى الجماهير :

ان مصداقية الوسيلة - تتوقف على الصورة الذهنية لها لدى الجماهير . وتتحدد الصورة الذهنية لوسيلة إتصالية معينة فى أراء الجماهير واتجاهاتها نحو هذه الوسيلة أو تلك ، وتشكل هذه الصورة من حصيلة عوامل وعناصر متعددة داخلية وخارجية مرتبطة بالواقع الذى تعيشه هذه الجماهير .

وكلما كانت آراء الجماهير واتجاهاتها نحو الوسيلة ذات صفة ايجابية أو طابع إيجابي ، أصبحت هذه الوسيلة تتمتع بصورة ذهنية إيجابية والعكس صحيح .

وفي هذا الخصوص أثبتت الدراسات والبحوث أن الإذاعة تحظى بمكانة عالية من الثقة والاهتمام في نفوس الجماهير ، ويزداد هذا الأمر وضوحاً في الدول النامية مما يزيد من قابلية الإذاعة للتصديق "Credibility" من جانب المستقبلين ، ففي هذه الحالة تصبح الإذاعة مصدراً موثقاً فيه ، ولعل من الأمور المعروفة ما أثبتته بحوث الاتصال ودراسات الاتصال من أن المصدر الثقة يؤثر بدرجة كبيرة في فاعلية الرسالة الاعلامية على النحو المطلوب وإذا قارنا الإذاعة بالصحافة مثلاً فيما يتعلق بالقابلية للتصديق ، نجد أنها - أي الإذاعة - تصدر مكاناً مرموقاً في الدول النامية بالذات حيث تقل الثقافة وتنتشر الأمية ، وقد أجرى روبر "Roper" دراسة علمية حول اتجاهات الجمهور نحو وسائل الاتصال ، وكشفت هذه الدراسة أن الصحف من أقل الوسائل الاعلامية قابلية للتصديق .

اننا في الدول - مثلاً - نسمع عبارة "كلام جرائد" تعليقاً على بعض ما ينشر في الصحافة من معلومات قد لا تكون دقيقة وكأنما ينتظر منها القارئ بعض الاجتهادات التي قد تصيب أحياناً وتخطيء أحياناً أخرى ، ولكننا في حالة الراديو نسمع من العامة عبارة "لقد قالتها الاذاعة" ، أي لابد أن تكون صادقة وصحيحة ، وليست هناك دراسة قطعية بالأسباب التي رسخت في وجدان الجماهير وعقلها ، هذه الثقة - فيما نقوله الاذاعة - قد يكون من الأسباب اعتبار الاذاعة لسان الدولة والناطق باسمها . ومن هنا ترتبط مكانتها بهيئة الدولة ذاتها خاصة وأن الاذاعة من أشد وسائل الاتصال ارتباطاً بالدولة وخصوصاً لسيطرتها ، أما الصحيفة فقد تكون مجالاً للرأي الخاص سواء كان هذا الرأي يعبر عن لون سياسي معين أم كتب معين ثم تبادر الصحيفة إلى القول بأن هذا الرأي هو رأي الجريدة ، وهذا من شأنه أن يولد في أذهان الجماهير نوعاً من قلة أو انخفاض قابلية الجريدة للتصديق .

٦ - الخصائص الحسية للإذاعة :

نظراً لأن الإذاعة وسيلة على الصوت (وسيلة مسموعة) فإنها تغطي بذلك حاجز الأمية وهي تصل إلى القارئ وغير القارئ على السواء أي أنها إلى جمهور عريض بكل مستوياته وأذواقه وخصائصه المختلفة ، عكس الصحافة والكتاب والسينما والمسرح التي لكل منها جمهوره الخاص .

كما يمتاز الراديو بسهولة التعرض له دون أن يتكلف المستمع إرتداء ملابس والخروج إلى مكان الترفيه أو التثقيف مثلما هو الحال في السينما أو المسرح أو الجلوس مشدوداً مثلما هو الحال في التليفزيون . أو القراءة وتقليب الصفحات مثلما هو الحال في الصحيفة أو الكتاب ، هذا بالإضافة إلى إمكانية الاستماع للراديو في كل مكان : في المنزل ، في السيارة ، في النادي ، قبل النوم وأثناء العمل ، فريّة البيت ، مثلاً يمكنها القيام بأعمال يدوية وهي تنصت للإذاعة ، وكذلك أصبحنا الهوايات اليدوية وما إليها يمكنهم ممارسة هواياتهم أثناء الاستماع إلى الإذاعة ، وقد أبرز الراديو - الترانزستور - الذي يمتاز بسهولة حمله والتنقل به من

مكان إلى آخر ، هذه الميزة التي تتفوق بها الاذاعة على التليفزيون إذ أن التليفزيون يتطلب تفرغاً تاماً أثناء المشاهدة ، فهو إذاً لايناسب إلا الاوقات التي ليس فيها مشاغل .

ومن هذا العرض للخصائص الحسية للراديو كوسيلة اتصال جماهيرية يتضح مدى تميزه في جوانب معينة عن الوسائل الاخرى ، الذي أكسب الراديو جمهوراً عريضاً على مستويات مختلفة ، سواء كان هذا الجمهور داخل الدولة أم خارجها ، غير أنه إستكمالاً للموضوع - سنورد هنا أهم الجوانب السلبية الخاصة بالاذاعة كوسيلة اتصال جماهيرية وإن كان للواضح من العرض السابق أن الاذاعة تتمتع بإمكانات ومميزات كثيرة كوسيلة اتصال .

وتتحدد الجوانب السلبية في الآتي :

أولاً: أن الجمهور لايمكنه التحكم في وقت التعرض للاذاعة فالجمهور مقيد دائماً بموعد الاذاعة المحدد الذي لايمكنه تغييره بحيث إذا فاتته برنامج معين لم يسمعه في مواعده

لا يمكن من سماع هذا البرقامج مرة أخرى ، وهذا عكس
الامر في الصحيفة أو الكتاب مثلاً حيث يمكن للقارى أن
يحتفظ به ويقرأه وفقاً يشاء ، كما أن الجمهور في حالة
الاستماع للاذاعة لا يمكنه أن يطلب من القائم بالاتصال أن
يعيد ما قلناه مرة أخرى أو يقرأ بسرعة معينة .

ثانياً : أن الاذاعة - كوسيلة اتصال جماهيرية - تخضع للتشويش
والعوامل الانتقائية وتقرر إلى رجوع الصدى الفوري .

ثالثاً : هناك رأى يقول أن الاذاعة من الممكن أن تؤدي إلى
الطبيعة أو الكومنفورزم ، أى دمج جميع الناس بطابع
واحد ، وتصيب أرواحهم وعقولهم فى قالب واحد مما
يقضى على الأصالة الفردية وحرية الرأى والاختيار حتى
لكأنه يصبغ بصائر الناس ويسيطر على تفكيرهم ويعمل
على نشر روح القطيع . غير أن هذا الرأى مبالغ فيه
بدرجة كبيرة لان الاذاعة ليست هى المؤثر الوحيد فى
المنجّمع ، بل أنها ضمن مؤثرات عديدة ،

الفصل الثانى

الإذاعات الإقليمية فى مصر

- النشأة والتطور .

- الأهداف .

- نوعية البرامج التى تقدمها كل إذاعة

إقليمية .

نشأة وتطور الاذاعات الاقليمية في مصر

مُدخل :

عرفت مصر الاذاعات الاقليمية عند إنشاء إذاعة الاسكندرية المحلية في عام ١٩٥٤ ،
وعاد الاهتمام بها مع أول ابريل عام ١٩٨١ حيث مولك إذاعة العاصمة القاهرة الكبرى .
نفي ١٤ يوليو عام ١٩٥٤ صدر القرار الوزاري رقم ٧١ لسنة ١٩٥٤ بإنشاء إذاعة الاسكندرية
على أن يكون الهدف الرئيسي من انشائها هو توسيع قاعدة الحكم الديمقراطي وتقدم
كل ما هو محلي في محاولة لتعريف أهالي الاسكندرية بمدى ثرائهم تاريخيا وثقافيا وأدبيا .

وفي عام ١٩٧٧ عقد المؤتمر العام للثقافة والاعلام في مصر وتم تشكيل لجنة خاصة
لدراسة الاذاعات الصوتية وإعادة توزيع البرامج على القنوات الإذاعية وفقا لأهداف
كل قناة إذاعية . وقد برزت من خلال الدراسات التي قامت بها تلك اللجنة فكرة نشر
أطلقت عليه في ذلك الوقت الاذاعات الاقليمية على مستوى أقاليم الدولة .

الا إنه مع بداية عام ١٩٨٠ عادت فكرة إنشاء الاذاعات الاقليمية تغز مرة أخرى
الى اهتمامات المسؤولين عن العمل الإذاعي في مصر . حيث فرضت هذه الفكرة نفسها على
اتجاه عمل مجلس أمناء الاتحاد الإذاعي والتلفزيوني المصري وفرض السروج على جسد دول
أعمال عدد من جلسات المجلس واتسم النقاش حول إمكانات تنفيذها عمليا بالروية الموضوعية
التي تتيح لهذا المشروع ان يأخذ طريقة أخيرا إلى دائرة الاضواء بكل ما يحمله من أبعاد
شعة الاسر على تنمية الاعلام الإذاعي في مصر وما يترتب عليه من فعالية المشاركة فتم
إنجاح عملية التسمية وخططها المختلفة

وفي عام ١٩٨٠ وأكب اهتمام مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري بمبادرة

على نفس المستوى من جانب الالات العامة لانحاء اذاعات الدول العربية بالقاهرة فقد
أدرجت بين مشروعاتها لهذا العام عدد من الندوة في القاهرة حول أهمية الاذاعات الاقليمية
والمحلية في النهوض بخطط التنمية الشاملة في مصر في الفترة من ٢٠ / ٦ - ٢ / ٧ / ٨٠
وقد أسفرت هذه الندوة عن مجموعة من التوصيات في هذا المجال من أهمها :

- أن الاذاعة الاقليمية هي بالدرجة الاولى اذاعة خدمات وأن عاصر الترفة عمن
طريقها تتحلل هذه الخدمات دون اغفال لعناصر الترويج والاقناع الفني الملائم
للبيئة المحلية .

- أن الخدمات الاعلامية التي تقوم بها الاذاعة الاقليمية ينبغي ان تعتمد على
احتياجات ورغبات المواطنين في البيئة المحلية داخل الاطار القوي

- أن الاذاعة المحلية لكي تحقق أهدافها ينبغي ان يكون التخطيط لها تخطيطا
لقيام كائن اعلامي يعتمد في تكوينه على الخصائص الذاتية للبيئة التي تقام فيها
كل اذاعة محلية اكر من اعتمادها على الاعتبارات الجغرافية .

- أن يكون مفهوما أن الاذاعات المحلية تخدم مجتمعا متناسقا له خصائصه البيئية
التي تختلف عن الاذاعات الاقليمية المرتبطة بالاقليم الذي يضم مجتمعات محلية
متنوعة .

وبعد ذلك لم يمض عام واحد بعد انتهاء هذه الندوة حتى كان انشاء اذاعة
القاهرة الكبرى عام ١٩٨١ لتخدم محافظات القاهرة ، والجيزة والقليوبية (اقليم
القاهرة الكبرى) ثم تم تأكيد هذه التجربة مع مولد اذاعة وسط الدلتا في ٢٢ يوليو
١٩٨٢ في مدينة طنطا لتخدم اقليم وسط الدلتا بمحافظاته الخمس (الخريسية ،
المنوفية ، كفر الشيخ ، دمياط) ثم انشاء اذاعة شمال الصعيد في المنيا في ١٣ مايو
١٩٨٢ من أجل خدمة محافظات (المنيا ، اسيوط ، بني سويف ، الفيوم) ثم اذاعة
شمال سيناء في ٢٥ أبريل ١٩٨٤ مقرها مدينة العريش لتخدم محافظة شمال سيناء
ثم اذاعة جنوب سيناء في ٢٣ / ٤ / ١٩٨٥ في مدينة الطور . لخدمة محافظة جنسب

سيناء • ثم إنشاء اذاعة القناة بالاسماعيلية في اكتوبر ١٩٨٨ بمدينة الاسماعيلية
لخدمة محافظات (الاسماعيلية ، بورسعيد ، السويس) ثم إنشاء اذاعة مرسى مطروح فبنى
١٩٩٠ / ٦ / ٣١ لخدمة محافظة مرسى مطروح • ثم إنشاء اذاعة الوادى الجديد فبنى
١٩٩١ / ٥ / ٣ لخدمة محافظة الوادى الجديد • ويجرى حاليا البث التجريبي لاذاعة
البحر الاحمر •

مفهوم الاذاعة الاقليمية :

ينبغى لنا فى هذا البحث أن نتعرف على مفهوم الاذاعات الاقليمية حيث اننا نجد
خلطاً لدى الكثيرين بين مفهوم الاذاعة المحلية ومفهوم الاذاعة الاقليمية وقد أدى هذا
الخلط الى الخطأ فى أسماء ما أسىء حديثاً من اذاعات اقليمية فى مصر ووصفها بأنها
اذاعات محلية ، والشبكة الاذاعية التى ننسبها تلك الاذاعات الاقليمية بأنها شبكة
الاذاعات المحلية •

إن الاذاعة الاقليمية اذاعة تخاطب جماهير مجتمعات تعيش داخل اقليم محدد
طبعا للتقسيم الادارى للدولة ، فقد يفصل بين هذا الاقليم والاقاليم الاخرى حاجزاً
أو أكثر من حواجز اللغة والدين أو الحواجز العرقية مثل الجنس واللون والحواجز
الجغرافية كأن يفصل بين الاقليم والاخر سلسلة من الجبال أو الانهار والبحيرات
ما جعل كل اقليم مستقلاً • والنسبة لاذاعة القناة فى مصر فهى اذاعة اقليمية تخدم اقليم
القناة الذى يشمل محافظات الاسماعيلية ، السويس ، بورسعيد والقناة الشمالى أو النصف
المجاور من محافظة الشرقية •

والاذاعة الاقليمية غالباً ما تبث برامجها من عاصمة الاقليم وتقدم برامج وخدمات تهتم
أبناء الاقليم وبلغته أو لهجة أبنائه كما يغطى إرسالها الاقليم بأسره •

وفى نفس الوقت نجد بالضرورة فى كل اقليم مجتمعات يحلها تناسق تجمعها مصالح
الاستيطانية ويمكن أن ننشأ بها اذاعات محلية صغيرة •

وأذا انتقلنا إلى مفهوم الاذاعة المحلية طبقا لمفهوم المجتمع المحلي ، حيث يكسب تعريف المجتمع المحلي بأنه " جماعة من الناس تعيش في منطقة جغرافية متجاورة نشأت بينهم علاقات اجتماعية وثقافية معينة أدب إلى وجود مجموعة من المؤسسات والمنظمات الاجتماعية وإلى وجود أهداف مشتركة . وعن طريق تعاون الافراد والجماعات يستطيعون توفير الخدمات التي تشبع احتياجاتهم الاقتصادية والاجتماعية والنفسية اللازمة لرفاهيتهم وتشعرهم بالانتماء والولاء للمنطقة التي يعيشون فيها " .

فانه طبقا لهذا المفهوم فاننا نجد ان الاذاعة المحلية جهاز اعلامي يخدم مجتمعنا محليا بمعنى أن الاذاعة المحلية تبث برامجها مخاطبة مجتمعا خاصا محدود العدد فوق أرض محدوده المساحة ، تخاطب مجتمعا متناسقا من الناحية الاقتصادية والناحية الثقافية والناحية الاجتماعية بحيث يشكل هذا المجتمع بيئة متجانسة بالرغم من وجود الفروق الفردية التي توجد بالضرورة بين أفراد المجتمع الواحد ، فهي تتفاعل مع هذا المجتمع ، تأخذ منه وتعطيه وتقدم له الخدمات المختلفة ، فالجمهور المستهدف لكل اذاعة محلية هم أفراد هذا المجتمع المحلي كأن يكونوا سكان قرية واحدة أو مجموعة قرى متقاربة ومتجانسة أو مدينة صغيرة أو مدن صغيرة متقاربة متجانسة .

هذا ولقد وضعت عدة تعريفات لمعنى الاذاعة المحلية لعل أبرزها وأكثرها تعبيراً عن هذا المعنى هو تعريف الاستاذ / سعد لبيب والدي يرى فيه " أن الاذاعة المحلية هي التي تخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من الناحيتين الاجتماعية والطبيعية ، له خصائص بيئية وثقافية واقتصادية واجتماعية مناسبة ومتميزة ، تجمع بين أفراد وتتمسدة فكرية وثقافية ونراثية خاصة ، وتكون هدر الاذاعة هي مجالهم الطبيعي للتعبير عن مصالحهم وتعكس فنونهم وتراثهم أفكارهم بل وحتى لهجتهم المحلية ، وتلبى احتياجاتهم الخاصة والمميزة ، وتقديم الاخبار التي تهمهم وتناقش معهم المشكلات التي تمس صميم حياتهم اليومية ، وتقدم لهم ألوان الفنون التي يرتاحون لها أكثر من غيرها " (٣) .

ويمكن لنا القول أن هناك بعض من الكتاب والباحثين قد اجهدوا أنفسهم فى التعرف بين الاذاعة المحلية، والاذاعة الاقليمية، وجعلوا من هذه التفرقة مجالاً للكتاب ومثارا للجدل والخلاف، الا أن منطلق هذه التفرقة هو منطلق جغرافى بحث لا يهتسا الخوض فيه، بل أن ما يهتسا هو نحوى وهدف الاذاعة المحلية أو الاقليمية فى كونها مخاطب بيئة متجانسة تجمع بين أفرادها سأت وخصائص متشابهة تخدمهم من خلال نوعية خاصة من البرامج ذات الصيغة المحلية فى إطار يميزها عن الاذاعة المركزية .

مبررات قيام الاذاعات الاقليمية فى مصر :

إن الاذاعة الاقليمية تلبي الحاجات التى لا تستطيع الاذاعة المركزية أن تلبيها بالنسبة للمجتمع المحلى . وأن كل اذاعة اقليمية وان كان واجبها عموما هو الاعمال والتثقيف والترويج . فان عليها التزاما خاصا يربطها بنوعية الحياة فى مجتمعها الاقليمى والمحلى وفى وسعها ان تقدم للناس المعلومات والاخبار عما يحدث فى مجتمعهم المحلى . وأن تبح للأفراد والجماعات الفرصة للاتصال بالمجتمع الذى ينتمون اليه وتبسط طبع وأن توثق روابط هذا المجتمع المحلى وتغذيه صفاته . وتستجيب بصورة لا تقدر عليها الاذاعة المركزية لحاجات الافراد والجماعات ورغباتهم فى إطار المجتمع الذى تخدمه .

وهكذا فقد جاء إنشاء الاذاعات الاقليمية والمحلية نتيجة للاخذ بأسلوب اللامركزية فى تنمية المجتمعات المختلفة ولقد تعددت المبررات التى دفعت مصر لإنشاء مثل هذه الاذاعات ويمكن أن نجل أهم هذه المبررات فيما يلى :

التمية المحلية إحدى ركائز التنمية القومية الشاملة : حيث صدر قرار رئيس الجمهورية رقم ٤٩٥ لسنة ١٩٧٣ بتقسيم الجمهورية إلى ثمانية أقاليم اقتصادية وهى :

١ - إقليم القاهرة ، وعاصمتها القاهرة ، ويشمل محافظات القاهرة ، الجيزة ، والقليوبية

٢ - إقليم الاسكندرية ، وعاصمتها الاسكندرية ، ويشمل محافظات الاسكندرية ، البحيرة ،

منطقة النوبارية .

٣ - اقليم الدلتا ، وعاصمته طنطا ويشمل محافظات المنوفية ، الغربية ، دمياط - كفر
الشيخ .

٤ - اقليم قناة السويس ، وعاصمته الاسماعيلية ويشمل محافظات سيناء بورسعيد ، الاسماعيلية
السويس ، الشرقية الجزء الشمالى ، محافظة البحر الاحمر حتى نهاية خليج السويس .
٥ - اقليم شمال الصعيد ، وعاصمته المنيا ويشمل محافظات بنى سويف ، الفيوم ، المنيا ،
وجزء من شمال محافظة البحر الاحمر .

٧ - اقليم اسيوط ، وعاصمته اسيوط ، ويشمل محافظات اسيوط ، والوادي الجديد
٨ - اقليم جنوب الصعيد ، وعاصمته أسوان ويشمل محافظات سوهاج ، وقنا ، وأسوان
والجزء الجنوبي من محافظة البحر الاحمر .

ولذلك فقد تضمنت خطة وزارة الاعلام افتتاح مجموعة من الاذاعات الاقليمية لخدمة
الأقاليم المختلفة داخل الجمهورية وهذه الخطة حضارية طموحة تعطى لمصر ريادة متيسرا
فى مجال الاعلام الاذاعى اللا مركزى وتؤكد عراقتها وثقلها فى المنطقة العربية والافريقية
... التى هى بمثابة القلب النابض لها .

ويؤكد الدكتور سعد الدين الحنفى أن الإذاعات الاقليمية والمحلية ضرورة لانجاح
عملية التنمية الاقليمية والمحلية . تنبأ مع انشاء الاقاليم التخطيطية الشاتية والسير فى
نفس الطريق الذى يملكه التخطيط الاقليمى فى أداء رسالته ، ولتحقيق الانراض التام
إقتضت تقسيم مصر الى اقاليم تخطيطية ، يتضمن التفكير فى إنشاء اذاعات اقليمية ومحلية
لتغطى هذه الاقاليم .

إن إنشاء إذاعات محلية لخدمة الاقليم ، المقصود به قيام خدمة اذاعية شاملة
تغطى منطقة معينة هدفها أن تكون هذه الاذاعة صورة للتلاحم بين افراد المجتمع
الواحد داخل المنطقة الجغرافية الواحدة . وهذا التلاحم يتم بأن تكون محطات الاذاعة
المحلية البراءة التى تعكس كل متطلبات الفئات من مختلف طبقات الشعب وكذا اكتمل
ما يمكن أن يحقق رغباتهم ويرفع المعاناة عنهم والتدخل على مشاركتهم فى عطاء التنمية .

إن الاذاعة المحلية تستطيع أن تخلق وعياً لسكان الاقليم لكي يتابعون بأنفسهم مشروعات الخطة في مراحل تنفيذها وأبداء الرأي البناء فيها ، لأن الاذاعة المحلية بتقديرها لواقع الاحداث والمجريات في الاقليم تستطيع ان تستوعب الشمول الكامل لكل عمليات التنمية والاحداث في نطاق الاقاليم والمحليات ، فانشاء كوبرى أو رصف طريق فى محافظة ما فرصة لشد انتباه سكان هذا الاقليم عن طريق الاذاعة المحلية لتوعيته الجاهير بتفاصيل خطة التنمية ودعوة للمشاركة لتقريب وجهات النظر ، وخلق وحدة فسي التفكير وفى الوسائل وفى الاهداف

- الاخذ بالاسلوب المحلى فى الادارة والحكم :

حيث بعد اعلان قيام الادارة المحلية فى مصر بسلطاتها الكاملة بميزانيتها المستقلة أصبحت فى حاجة ملحة لتنام مفهومها بواجباتها الايجابية لاسهامها فى انجاح خطة التنمية على المستوى المحلى ، باعتبارها جزء لا يتجزأ عن التنمية القومية ، فهناك اذن حاجة الى وسيلة اتصال توثق العلاقة بين الادارة المحلية وبين الانسان فى المجتمع المحلى لرفع كفاءته وتنمية قدراته وتنقيفه وتعليمه ، ووسيلة الاتصال النلى هنا هى الاذاعة المحلية الأتدر على بلوغ أهداف الادارة المحلية .

أذن فليس غريباً أن تكون الاذاعات الاقليمية والمحلية ضرورة ملحة لجمهورية مصر العربية تنمياً مع أهداف وفلسفة التخطيط الاقليمى والتنمية المحلية والنظام المحلى المتبع فى الادارة والحكم ، حتى تشارك هذه الاذاعات فى إدماج الفرد فى الهيئة الاجتماعية وتحقيق نوعاً من الحوار بين المواطن والعالم المحيط به .

فهى فعل من أفعال المشاركة لانها تربط المواطن بالبيئة ، والمهم هو البحث عن كيفية الاستفادة من هذه الوسيلة فى توسيع مشاركة الجماهير فى بناء مصر بحيث تكون هذه الاذاعات نقطة ربط بين التنمية المحلية والتنمية القومية الشاملة .

وجود درجة من الاختلاف بين مناطق الجمهورية من حيث نمط الحياة والموارد الاقتصادية
من ريفية زراعية وحضرية صناعية ويدوية صحراوية :

على الرغم من التجانس الذى يسود مناطق الجمهورية . أى أن هناك قدرا ميسر
التنوع والاختلاف . الا أنه فى إطار ثقافة واحدة . هذا التنوع وهذه الدرجة ميسر
الاختلاف تبرر الحاجة الى قيام ووجود الاذاعات الاقليمية فى هذه المناطق .

ان الاذاعة تتمتع بمكانة كبيرة الاهمية فى الدول النامية غير أن هذه الاهمية تتعاطف
عندما تتخذ الاذاعة الطابع المحلى للاسباب الاتية :

— أن الاذاعة المحلية والاقليمية أقدر وكفاً على فهم ثقافة المجتمع المحلى وتقدير
الموقف المحلى بدقة وهذا عامل حاسم فى درجة كفاءة ونجاح رسالة الاعلام التنموى
أذ أن حسن فهم ثقافة وظروف المجتمع المستهدف ومشكلاته من أهم أسباب نجاح
الرسالة الاعلامية ولذا فهى تعتبر من أهم دعائم التخطيط الاذاعى — وترجع قدرة
الاذاعة المحلية على ذلك بسبب كونها تتعامل مع مجتمع صغير ومحدود .

— الاذاعة الاقليمية لديها فرصة اكبر من حيث مشاركة الجمهور فى المجتمع المحلى
وتكثيف الخدمة الاذاعية لانها تخدم مجتمعا واحدا فقط عكس الاذاعة المركزية
التي تخدم العديد من المجتمعات المحلية والاقليمية ومطالبة بتغطية الدوائر
من الاحتياجات .

ونتيجة لاتعافاد ندوة الاذاعات المحلية والتنمية الشاملة فى عام ١٩٨٠ والنس كسان
من توصياتها إنشاء ثلاث اذاعات اقليمية . القاهرة الكبرى ، وسط الدلتا ، شمال الصعيد .

وحيث أثبتت هذه الندوة أن الاذاعات الاقليمية حقيقية واقعة وتجربة أثبتت
نجاحها فى الدول المتقدمة ، من هذا المنطلق سلكت مصر هذه التجربة وفقا للاسلوب
المحلى وساهو متلائم مع أهداف التنمية الشاملة . وبدأت مصر فى إنشاء الاذاعات
الاولى الواحدة تلو الاخرى لخدمة أهداف تنمية المجتمع المحلى .

وهكذا يمكن القول أن الاذاعات المحلية والاقليمية في مصر حتى رقنات سداسية
هذه الرسالة بلغت سبع اذاعات فقط وهي :

- ١ - اذاعة الاسكندرية المحلية .
- ٢ - اذاعة القاهرة الكبرى .
- ٣ - اذاعة وسط الدلتا .
- ٤ - اذاعة شمال الصعيد .
- ٥ - اذاعة شمال سيناء .
- ٦ - اذاعة جنوب سيناء .
- ٧ - اذاعة القنطرة .
- ٨ - اذاعة مرسى مطروح .
- ٩ - اذاعة الوادي الجديد .

هذا ويمكننا أن نتناول الحديث عن هذه الاذاعات وذلك على النحو التالي :

١ - اذاعة الاسكندرية المحلية : نشأتها وتطورها .

تعتبر اذاعة الاسكندرية المحلية باكورة مشروعات الاذاعات المحلية في مصر حيث
بدأت ارساليها في ٢٦ يوليو عام ١٩٥٤ في الاحتفال بالعيد الثاني للثورة وكانت
بذلك نواة لمشروع تعميم الاذاعة المحلية في مختلف محافظات الجمهورية بهدف دعم
الحكم المحلي وعرض الانشطة والانجازات لمحافظة الاسكندرية ومطروح والبحيرة واقساح
المجال لحاصر الابداع الفنى والثقافى بهذا الاقليم

واذاعة الاسكندرية اذاعة محلية لذلك فهي تهتم في المقام الاول بخدمة
البيئة السكندرية بما يتفق وظروف التنمية التي تمر بها البلاد . كما انها تحرص على
أن تكون واجهة صادقة للإنجازات والمروعات الخدمية التي تقوم بها الأجهزة التنفيذية
من أجل خدمة الجماهير ويستغل هذا الجانب لدعوة الجماهير وحشهم بطريقة غير مباشرة
تأى تبادل هذا العطاء ما على ما عليهم من واجبات بالالتزام والانضباط في شتى نواحي

• السلوك العام •

كان انشاء هذه الاذاعة اذن هو التيسير للحكم المحلى الذى يبتدر بدوره بانشاء
إذاعات الاقليمية فى مختلف انحاء الجمهورية تحقيقا للهدف الاصلى فى خطة التهيئة
والتثقيف والترفيه والخدمات من اجل التوعية الشاملة ، وقد مرت اذاعة الاسكندرية للمحلية
منذ انشائها وحتى الان ثلاث مراحل :

١ - المرحلة الاولى : ٢٦ يوليو الى آخر سبتمبر ١٩٥٤ :

اتسمت هذه المرحلة فى اذاعة الاسكندرية المحلية بضعف عدد ساعات
ارسالها حيث كانت تبث ساعة واحدة فقط باللغة العربية يوميا الى جانب ١/٢ ساعة
لكل من اللغات اليونانية والابطالية بهدف خدمة الجاليات الاجنبية وكان اسم
الاسكندرية فى ذلك الوقت تعاني من انكماش الحركة الادبية والفنية ، وفى أواخر
سبتمبر عام ١٩٥٤ أعلن المسئولون فى القاهرة توسيع البرامج الأوربية بالقاهرة
وتوقف الارسال الاوربي من اذاعة الاسكندرية وأصبحت الاذاعة من أول أكتوبر
١٩٥٢ خالصة للبرامج المحلى العربى . وفى هذه المرحلة فكر المسئولون فى
الغاء اذاعة الاسكندرية نظرا لأن قوة الارسال لا تتعدى نصف كيلو وات وهى
قوة ضعيفة لا تقوى على إيصال مواد البرامج الى سماع الناس ولكن سرعان ماتسم
تقوية الارسال واستمرت فى بث ارسالها .

وقد استطاعت اذاعة الاسكندرية خلال هذه الفترة ان تقدم العديد من
البرامج منها الاسكندرية تغنى ، قصة يوليوية مسلسل ، كالمبت ، صحتك
بالدنيا ، عروس البحر ، هذا بالاضافة الى تقديمها للجاليات الأجنبية برنامج
أوربي يذاع يوميا بانتظام لمدة نصف ساعة .

٢ - المرحلة الثانية : من أول أكتوبر وحتى أول نوفمبر ١٩٥٦ :

استمرت هذه المرحلة بالخصوبة والنشاط وأصبح أثر الاذاعة الاقليمية
ظاهر بوضوح فى تغطيه المدينة من الناحية الاذاعية وظهرت أنواع اذاعية جديدة

تمتيا مع الروح والزرني السكدرى . وكانت هذه المرحلة مع بداية جعل
اذاعة الاسكدرية حصة للبرنامج العربى المحلى . وأصبحت عدد ساعات اذاعتها
٢ ساعات يوميا وتعددت البرامج وتنوعت وزاد عدد ما لنقطى كافة المجالات
اعتمادا على أبناء الاسكدرية .

ولقد لعبت اذاعة الاسكدرية المحلية فى هذه المرحلة دورا كبيرا
أبان العدوان الثلاثى على مصر ١٩٥٦ حيث تعرفت محطات ارسال اذاعة
القاهرة فى منطقة ابي زعبل للقصف وكانت الاذاعة المصرية مهددة بالتوقف
وهنا قدمت اذاعة الاسكدرية امكاناتها الهندسية لاذاعة القاهرة التى واصلت
ارسالها فى حين توقفت اذاعة الاسكدرية المحلية دون نداء تعمل فى صوت فى
تسجيل برامجها كما لو كانت الاذاعة تعمل على الهواء حتى انقضت سحب الظلام
وعادت الأمور الى طبيعتها .

ومن أهم البرامج التى أنتجت فى هذه المرحلة : أسكدرية فى التاريخ
شباب الجامعة شخصية الاسبوع ، أبطال الاسكدرية ، حيدو ، الاذاعة فى
خدمتك ، جنة الاطفال ، قصة الاسبوع ، من الفناء القديم ، التعليق
الرياضى ، ركن الهواء .

هذا بالإضافة الى ظهور التيلية الاذاعية المسلسلة قبل ظهورها
بالقاهرة ، وفى هذه المرحلة ظهر المؤلف والمسلسل السكدرى ، وعدد كبير من
المطربين والمطربات .

واتناء توقف الاذاعة بسبب العدوان وارسال الاجهزة الى القاهرة ، قام
القائمون بالعمل فى الاذاعة بأصدار نشره يومية مكتوبة بالتعاون مع أساتذة الجامعات
مكونه من ثمانى صفحات بأسم صوت الاسكدرية المكتوب وكانت توزع بالمدينة .

٣ - المرحلة الثالثة :

حيث عادت اذاعة الاسكندرية الى استئناف ارسالها ونشاطها في ٦ يونيو ١٩٥٧ في مبنى جديد هي الاذاعة المحلية في باكوس في حي شرق الاسكندرية ويبلغ مساحة هذا المبنى حوالي ١٤٠٠ متر واستغرق إنشائه اقل من عام ونصف ويتكون هذا المبنى من المباني الرئيسية الآتية -

- ١ - المبنى الرئيسي للأستوديوهات - ومكاتب أقسام التشغيل والادارة .
- ٢ - مبنى محطة الارسال المحلي وتوابعها .
- ٣ - مبنى استراحة المشرفين على الدار وجراج الاذاعة الخارجية والمعمل .
- ٤ - هوائيات الارسال .

هذا علاوة على مساحات الارض اللازمة للتوسع مستقبلا . وقد استلمت الاذاعة هذا الموقع من ادارة الاموال الصادرة - وهو جزء من القصر الصادر للامير السابق طوسون - وما عليه من منشآت وباني . وقامت الهندسة الاذاعية المصرية بمسح التعدادات والدراسات اللازمة لاتمام مشروع دار الاذاعة الجديدة بالاسكندرية .

وتحتوى اذاعة الاسكندرية الاقليمية على ٦ أستوديوهات للإنتاج والاذاعة جميعها تقع في الطابق الارضى . وهذه الاستوديوهات وحدودها الفنية كالآتي :

• أستوديو رقم (١) : وهو اكبر الاستوديوهات بالاذاعة يبلغ حجمه ٢٠٠٠ قدم مكعب وزمن الرنين به ٧٥ ر - نانة . وهذا الاستوديو مخصص لتسجيل المواد الموسيقية والغنائية . وكذلك لتسجيل المنوعات والبرامج التي يحضرها الجمهور .

• أستوديو رقم (٢) : يبلغ حجمه ٥٠٠٠ قدم مكعب وزمن الرنين فيه ٥٥ ر - ثانية وهذا الاستوديو مخصص للموسيقى والغناء بحيث لا يزيد عدد العازفين به عن ١٥ عازفا وكذلك لتسجيل الاغاني الخفيفة والتخت الشرقي .

• أستوديوهات ٣ ، ٤ ، ٥ : للدراما ومساحتها على التوالي ٣٠٠ قدم مكعب ،

١٥٠٠ قدم مكعب - ١٦ قدم مكعب وزمن الرنين به على التوالي ٥ رنانة ١٥ رنانة ٥ رنانة - ونستعمل هذه الاسبوسومات لاجراء التتميليات التي يقدمها الاذاعة استوديو رقم (٦) : ويبلغ حجمه ١٢٠٠ قدم مكعب وزمن الرنين به ٤ رنانة وهو مخصص لاذاعة البرامج مباشرة وتسجيل الاحاديث -

اهداف اذاعة الاسكدرية :

- تتضمن خطة العمل باذاعة الاسكدرية المحلية تحقيق الاهداف التالية :
- ١ - تغطية احتياجات الجماهير في جميع القطاعات وذلك بالتوسع في برامج الخدمات والطوائف .
 - ٢ - الارتباط بالخطا التي رسمتها الدولة وذلك بتابعة الانتاج والقاء الفؤ على المنجزات والمتغيرات في البلاد في جميع الميادين ومن اجل ذلك زادت تنبسة البرامج التي تشغل المستمع صور الانجازات التي تمت في مواقع العمل ذاتها
 - ٣ - اطلاع الجماهير على اوجه نشاط الادارة المحلية والتنظيمات الشعبية بالمحافظة وتوعية الجماهير لادراك واجباتها ثم حقوقها للحفاظ على مكاسب الشعب والسلم في المجال للمواطنين للمشاركة في اقامة بناء الدولة المعاصرة والمجتمع المتطور ..
 - ٤ - تشجيع المواهب والطاقات المبدعة في المنطقة المحلية حتى يجد الفرد نفسه في هذه الاذاعة نفسه بدلا من التعقيدات التي فقد يحددها على المستوى المركزي
 - ٥ - المشاركة في احياء التراث الثقافي والفني لمحافظة الاسكدرية وبذلك بتقديم الفنون واشكال الابداع المحلية .
 - ٦ - مناقشة المشكلات الحيوية في المجتمع المحلي مثل ، الاسكان ، المواصلات ، المرافق ، النظافة ، الخ ..

لقد استطاعت اذاعة الاسكدرية المحلية ان تعدى وبالشكل الواحد الاكبر من هذا انماها من جميع المساهدات ، برأسهم من تلبية هذا الجميع ، وبذلك

من خلال مايلي :

- متابعة المشاكل العامة لجماهير المنطقة ومحاولة حلها مع الأجهزة المسئولة والتأكد من حلها بعد عرضها وذلك من خلال برامج (برقيات على الهواء ، ريبورتاج ماذا ٠٠٠٠ لو ، لقاء مع مسئول ، دليل الخدمات ، رسالة المطار) .
- قامت اذاعة الاسكندرية المحلية بتغطية الانشطة الزراعية بمحافظة الاسكندرية والبحيرة وبث برامج التوعية اللازمة للمزارعين من أجل النهوض بمستوى البيئة وزيادة الانتاج الزراعى .
- الاهتمام بتقديم الترنية المناسب لجماهير المنطقة من خلال برامج المنوعات الجديدة .
- أولت اذاعة الاسكندرية المحلية عناية خاصة بالساحل الشمالى وخطط التعمير وجهود الاستثمار .
- الاهتمام بمتابعة الحركة الثقافية بالاسكندرية من خلال تغطية المهرجانات والمؤتمرات الادبية .
- تحرص اذاعة الاسكندرية المحلية على زيادة الموارد المالية للاتحاد من خلال اذاعة الاعلانات المحلية والتي تهتم بالتركيز على النشاط الصناعى والتجارى بالمنطقة .
- تشارك اذاعة الاسكندرية جماهير المنطقة فى الاحتفال بالمناسبات المحلية مثل الاعياد والمناسبات القومية .
- ولقد كانت لاذاعة الاسكندرية المحلية طوال تاريخها بصمات واضحة وسما مميّزة فاقت كثير منها الاذاعة المصرية الام وسبقها ويمكن توضيح ذلك فى عدة حقائق (٢) .
- سبقت اذاعة الاسكندرية المحلية اذاعة القاهرة فى تقديم الاعمال والمسلسلات الدرامية ضمن برامجها .

١ - سبقت إذاعة الاسكندرية المحلية غيرها من الاداعات المصرية في إدخال الاعلانات التجارية حيث ادعى أول إعلان في الاذاعة المصرية حتى أن سعر الدبقة الأولى وصل إلى ٢٠٠ جنيه مصري لمجرد الحصول على أمبار إذاعة أول مرة .
الاذاعة الجديدة .

٢ - كانت اذاعة الاسكندرية المحلية رائدة في إنتاج وتقديم البرامج التعليمية ببرامج الانبر وأصبحت هذه البرامج تعرف باسم " جامعة الهواء " يتم من خلالها إذاعة برامج دراسية سواء مدرسة أو جامعية . وتقدم الاذاعة محاضرات بلغتها اسانده الجامعات في مختلف المواد وذلك للسنوات الدراسية المختلفة بكلية الاداب والحقوقي والتجارة والشرطة

٣ - قدمت اذاعة الاسكندرية العديد من المواهب في مجالات الادب والفك والفنوسيقى والغناء وقد كانت جواز السفر للعديد من المواهب الفنية التي لعبت في انفا مشهور بها بعد .

ولقد أثبتت نجاح إجراء اتحاد الاذاعة والتليفزيون على هيئة من المستمعين بزامهلاً ٦٥٠ مفردة أن ٩٢٫٨٪ يسمعون نسخة عامة لاذاعة الاسكندرية المحلية بينما لا يسمعون نسبة من لا يستمعون لها ٧٫٢٪ .

توقيت البث وعدد ساعات الارسمال :

تقدم إذاعة الاسكندرية برامجها على فترتين :

الصباحية : من السادسة صباحاً وحتى التاسعة صباحاً باستثناء يوم الجمعة حيث يبدأ في التاسعة صباحاً وحتى الساعة الثانية عشر ظهراً .

الفترة المسائية : من الساعة الثالثة مساءً وحتى الساعة الثانية عشر منتصف الليل أما في شهور الصيف تبدأ الفترة المسائية من الساعة الثانية عشر ظهراً وحتى منتصف الليل

نوعية البرامج	عدد الساعات الأسبوعية		النسبة المئوية
	ق	ث	
١ برامج الخدمات	٦٠ ر	١٧	١٨,٧٦%
٢ البرامج الثقافية	٣٦	٥	٥,٥٦%
٣ البرامج التعليمية	—	١٠	١٠,٢٥%
٤ البرامج الإخبارية	١٥	٧	٧,٦٧%
٥ البرامج المتنوعة	٣٠	١١	١٠,٤٠%
٦ البرامج الموسيقى والغناء	٣٠	١٦	٣٠,١٥%
٧ البرامج الترفيهية	٥٢	٦	٧,٣١%
٨ الدراما	٥٢	٩	١٠,٤٠%
٩ البرامج الدينية	٤٥	٦	٧,٢٠%
الإجمالي	٦٧	٩٨	١٠٠%

جدول يوضح أنواع البرامج التي تقدمها إذاعة الاسكندرية المحلية والنسب المئوية لكل منها قياسيا لاجمالي ساعات الارسل الاسبوعية .

توزيع البرامج :

تقدم إذاعة الاسكندرية المحلية خلال ارساليها مجموعة متنوعة من البرامج الترفيهية والاعلامية والثقافية والتعليمية الى جانب الأغاني والمواد الترفيهية والتي تتنشى مع طبيعة هذا المجتمع وتعالج قضايا على النحو التالي :

— البرامج الترفيهية والخدمات حيث تشغل نسبة ٢٦,٧% من اجمالي الوقت المخصص المخصص لإذاعة البرامج وتتضمن مجموعة من البرامج من أهمها ست البيت ، مع أهالى البرف ، مجتمع العمال ، دليل الخدمات ، ميكرفون الخدمات ، مع الشباب ، برقيات على الهواء ، لقاء مع مسئول .

— البرامج الثقافية ، حيث تشغل نسبة ٥,٥٦% من اجمالي الوقت المخصص لإذاعة البرامج يوجد عام ومن أهم هذه البرامج : المجلة الثقافية ، كنوز البحر

رحلة من كتاب أوراق اسكدرية ، أسكدرية ناعره .

البرامج العلمية ، تشغل نسبة ٢٥ر١٠ % من اجمالي الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام وفي هذا المجال تعتبر اذاعة الاسكدرية رائدة في تقديم خدمة تعليمية تعتبر صوره مصغره للجامعة المفتوحة التي تذاغ في B. B. C بالملكة المتحدة ومن أهم هذه البرامج جامعة الهواء يقدم يوميا لمدة ساعة يستهدف من خلاله خدمة طلاب جامعة الاسكدرية والتهوى بمستواهم التعليمي .

البرامج الاخبارية ، تشغل نسبة ٦٧ر٧ % من اجمالي الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام وتتضمن نشرات الاخبار والتعليقات السياسية ، وجريدة الاسكدرية ومن هذه البرامج مايلي : جريدة الاسكدرية ، تذاغ يوميا لمدة نصف ساعة وتتضمن كل أخبار الاقليم مشحوبة بلفاءات صوتية من مواقع الاحداث ينقلها المراسلون الاخباريون للاذاعة .

مواجيز الانباء : مدة الموحز خمس دقائق ويقوم بعرض لاهم ابناء المجتمع المحلي بوماء نشرات الاخبار العامة : تذاغ يوميا متخلله البرامج والفقرات الاذاعية وتتضمن كل أخبار المجتمع المحلي .

البرامج الترفيهية والدرامية : تشغل نسبة ٩٥ر٤٠ % من اجمالي الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام ، وتشتمل على برامج السوعات والموسيقى والفن والمسلات ونعتد اذاعة الاسكدرية المحلية في اذاعة مل هذه البرامج على المطربين المحليين وكذلك الممثلين المحليين .

البرامج الدينية ، تشغل نسبة ٢٠ر٧ % من اجمالي الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام ، وتتضمن هذه البرامج ، القرآن الكريم ، الاديانات الدينية الخارجية شعار صلاة الجمعة ، الفقة والمعاملات ، الاحاديث النبوية .

ولقد شهدت اذاعة الاسكدرية عام ١٩٩٠ بعض ملاح التطوير ببرزمنه : إدخال خدمه اخباره باللغس الانجليزية والفرنسية لخدمة الجاليات الاحبيه مدته الاسكدرية تشتمل في نشرتين في سرة المساء احدهما بالانجليزية والاخرى بالفرنسية ، واحيانا تتفص

النبرة تقديم تقرير أخارى صوتي مع العاصم المصرية أو الاجنبية النار كفى سـ
الحبر .

ولا زالت الاذاعة تـبر قدما في تحقيق أهدافها التي أنتنت من أجلها

اذاعة القاهرة الكبرى :

نشأتها : تم افتتاح اذاعة القاهرة الكبرى في الاول من أبريل ١٩٨١ بعد أن توفقت
معرفة طويلة من أمانة اذاعات محلية أخرى في أعقاب انشاء اذاعة الاسكندرية
المحلية عام ١٩٥٤ . فقد كان منطقيا أن يتجه التفكير إلى انشاء اذاعة محلية
تخدم إقليم القاهرة الكبرى نظرا لما تحول به من قضايا ومشكلات وماتصده من مراكز
النقل السياسي والاقتصادي والاجتماعي إلى جانب الممارات والهياكل
والمؤسسات الأجنبية . كما أن " هذا الاقليم يضم أكبر تجمع سري يتجاوز ٤٠ ٪
من سكان الجمهورية . وهم القاهرة والجيزة والقليوبية .

ونحى اذاعة القاهرة الكبرى ومنذ بدايه ارسالها في ١١ / ٤ / ١٩٨١ نحو
ترجمة وتأكد فلسفة الاعلام المحلي الذي هو خلقه اتصال بين الحاضر والمستقبل
في اقليم القاهرة الكبرى مستهدفة زيادة الوعي الجماهيري بالفضاء المحلية والقومية
والعمل على النهوض بالمواطن الناهري سلوكا وعملا لدفع مسيرة الانتاج والحفاظ على
مراقق الدولة وزيادة مواردنا

ولقد كشف استطلاع الرأي بشأن برامج اذاعة القاهرة الكبرى من تعلق السـمع
القاهرة باذاعة الجديدة فهو قد ارتبط بها وتوافق معها وارضى النهج الموضوعي
لخطائها البرامجي وان طالب ومعد الحق يريد من الاحكام بنصايا الشارع الاجتماعي
القاهرة : ليستع مواطن القاهرة من اذاعته المحلية إلى ندائه الذاتية سواء نـسـك
التي نطق بها فعلا وتبر بها من واقع واحتياجاته .

أهداف اذاعة القاهرة الكبرى:

تقوم اذاعة القاهرة الكبرى على الاهداف الاتية :

- معايشة الجمهور في القاهرة الكبرى في مشكلات وقضايا حياته اليومية ومساعدة هذا الجمهور على مواجهة تعقيدات الحياة المعاصرة من خلال تقديم الخدمة المتخصصة التي تلبي الاحتياجات اليومية لهذا الجمهور .
- مناقشة المشكلات الحيوية في المجتمع المحلي مثل الاسكان ، المواصلات ، المرافق النظافة ... الخ .
- تقديم الخدمة الاخبارية الجيدة للمستمع في المجتمع المحلي بحيث تحيطه علما بما يدور من أحداث وأنشطة متنوعة في هذا المجتمع .
- تسليط الاضواء على الشخصيات الناجحة في المجتمع المحلي والتي تعمل في صمت للمساهمة في تنمية المجتمع الام بصفة عامة ومجتمع القاهرة الكبرى بصفة خاصة مع ابراز ما تقدمه هذه الشخصيات من خدمات وأفكار .
- محاولة تدريب المستمع في المجتمع المحلي على اصلاح أو منع بعض الادوات والأجهزة البسيطة التي يستخدمها في حياته اليومية .
- تسليط الاضواء على الامكانيات غير المستغلة في اقليم القاهرة الكبرى ومناقشة الفوائد التي تعود عن استغلالها وكفاسة وأسلوب هذا الاستغلال لصالح المجتمع .
- ابراز القيم الايجابية اللازمة لعملية التنمية مثل تنظيم الاسره ، زيادة الانتاج ترشيد الاستهلاك ، الادخار ، القيم الدينية ، تعميق الشعور بالانتماء الوطني .
- انصاح الطريق للمواهب الجديدة في مجالات الادب والفن والعلوم واتاحة الفرحة أمامها للوصول الى الجمهور .
- ولقد استطاعت الاذاعة في غضون سنوات قليلة أن تخلق لنفسها شخصية متميزة نفوذت بسببها على الخدمات الاذاعية الكبرى . حيث تضم خريطة برامجها مجموعة

من البرامج الحيوية التي تكفل لها تغطية الاحداث من مواقفها بفعورية وبسرعة
كما ساهمت الاذاعة في تقديم برامج الخدمات التي تحمل الى المواطن في العمل
والشارع ومواقب الانتاج المختلفة للتعبير عن رأيه وأفكاره لخدمة البيئة ومساعدته
في حل مشاكله المختلفة خصوصاً مايتعلق بالمرافق والخدمات المختلفة

السلسلة التخطيطية في اذاعة العاصمة - القاهرة الكبرى :

يقوم التخطيط في اذاعة العاصمة القاهرة الكبرى على فلسفة خاصة بسبب
اختلاف هذه الخدمات عن الخدمات الاذاعية الاخرى وهذه الفلسفة تقوم على الاسس
الآتية :

الدينامية والمرونة في التخطيط - ذلك ان اذاعة العاصمة القاهرة الكبرى
تقدم على مبدأ أساسي وهام وهو التدخل النوري للمساهمة في حل المشكلات التي
تواجه المجتمع المستهدف وتقديم الحلول والخدمات الممكنة ومن هنا فان فرض خطط
برامج جامدة يلزم سداد هذه الخدمات من شأنه ان يعوق اداء هذه الوظيفة ومن هنا
روعي في تخطيط برامج الخدمة ان تتسم بدرجة عالية من المرونة بحيث يمكن للتخطيط
ان يتجاوب مع الاحداث والتمكلات التي تحدث فجأة في المجتمع المحلي - وبمعنى
آخر روعي في التخطيط الاتوادي الاحداث والمنازل الفجائية الى انهيار البنيان العام
للخطة بل لا بد ان تكون هذه الخدمة مرنة وقادرة على مواجهة مشكلات المجتمع المحلي .

والأمثلة العملية على هذا المبدأ - في حالة انفجار ماسورة مياه أو طغى مجارى
أو حدوث أزمة مرفعية مفاجئة في كل هذه الاحوال فان اذاعة العاصمة القاهرة الكبرى
عندما يحلها الامر سواء من مندوبيها او من أحد أفراد المجتمع فتقوم بإبلاغ الجهة المسؤولة
سواء بالاتصال التليفوني - أو بالأبلاغ عنها مباشرة بل وتتابع الحل في كل هذه
الاحوال تكون خطة البرامج من المرونه والديناميكية بحيث تشارك فيها كل من
ذات الى الاخلال بقيام الاذاعة بوظائفها الاخرى . .

الديمقراطية : بالنسبة للقائم بالاتصال . بمعنى أن يكون وضع الخطة في الاذاعة بمشاركة جميع القائمين بالاتصال فيها ويكون لكل منهم حق المشاركة والاقتراح .

وبالنسبة للجمهور . تقوم نسبة كبيرة من البرامج على أساس مشاركة الجمهور فيها بأشكال متعددة ويكون لكل فرد في مجتمع القاهرة الكبرى الحق في الاهتمام من قبل الاذاعة بمشكلاته وكذلك الأمر بالنسبة لكل المناطق والجماعات والوحدات .

التوازن : بمعنى عدم التركيز على جانب دون الآخر في التعرض للمشكلات التي يواجهها هذا المجتمع . ولا بد ان يكون هناك نوع من التوازن في نوعيات البرامج المذاعة والمناطق المختلفة التي يتكون منها المجتمع المستهدف .

ولقد أثبت بحث أجراه اتحاد الاذاعة والتليفزيون على عينة من المستمعين قوامها ٤٢٠ مفردة وجد أن ٨٥٪ من عينات الدراسة يستمعون لاذاعة القاهرة الكبرى بصيغة منتظمة ، وطالبت عينة الدراسة من يستمعون لاذاعة القاهرة الكبرى بضرورة وجود فترة ارسال ثالثة بين الاولى والثانية أو ضم فترة الأرسال الى فترة واحدة

واذا كنا يجب أن نأخذ نتائج مثل هذه الأبحاث بشيء من الحذر حيث يقسم باجرائها وحدة تابعة لاتحاد الاذاعة والتلفزيون الذي تتبعه الخدمة الاداعية نفسها الا أن هذه النتائج تعطى مؤشرات على مدى انتشار هذه الاذاعة واتساع دائرتها مستمعيا .

توقيت البث وعدد ساعات الارسال :

تقدم اذاعة القاهرة الكبرى برامجها على ثلاث فترات .

- الصباحية : من السادسة وحتى الساعة ١١
- الظهرية : من الواحدة وحتى الرابعة وبعد الظهر .
- المسائية : من الثامنة وحتى منتصف الليل .

أما النموذج التي تعمل عليها إذاعة القاهرة الكبرى فهي على نفس موجة
إذاعة الصعيد وهي موجة متوسطة يبلغ طولها ٤٢١٩٤ متر ويذبذبة مدارها ٧١١ كيلو
هرتز .

يبلغ عدد ساعات إرسال إذاعة القاهرة الكبرى خلال عام ١٩٩٠/٢٩٢٠
ساعة إرسال بمتوسط يومي ١٠ ساعات يومياً

ويبلغ عدد ساعات إرسالها في الأسبوع ما يقرب من ٧٢ ساعة

نوع البرامج	عدد ساعات البث المخصصة للبرامج أسبوعياً		النسبة المئوية
	ق	ت	
١ البرامج الاخبارية	١٥	٨	١١,٤
٢ البرامج الثقافية	٢٥	١٠	١٣,٥
٣ البرامج الدينية	٤٥	٥	٨,٠
٤ برامج الخدمات والطوائف	٥٠	٢٢	٣١,٧
٥ برامج الموسيقى والفن	٣٠	١٢	١٧,٣
٦ برامج التوعيات	٢٥	١٠	١١,٥
٧ برامج الدراما والمسلسلات	١٥	-	٢,٠
الإجمالي	١٥٥	٦٧	١٠٠

جدول يوضح أنواع البرامج التي تقدمها إذاعة القاهرة الكبرى والنسب المئوية
لكل منها قياساً لاجمالي ساعات الإرسال الأسبوعية .

نوعية برامج إذاعة القاهرة الكبرى :

بعدم إذاعة القاهرة الكبرى خلال أيامها مجموعة متنوعة من البرامج التوعوية
والإخبارية والدينية إلى جانب الأغاني والمواد الترفيهية . ويدرس خريطك البرامج
التي تقدمها إذاعة القاهرة الكبرى خلال فترة إجراء الدراسة . تم تصنف هذه البرامج

وضع النسب المئوية لها . ويوضح الجدول السابق انواع البرامج التي تقدمها إذاعة
القاهرة الكبرى . على النحو التالي :

- البرامج الاخبارية : حيث تشغل نسبة ١١ر٤ ٪ من اجمالي الوقت المختص لاداعة
البرامج بوجه عام وتتضمن مجموعة من البرامج من أهمها : جريدة القاهرة
الكبرى ، عناوين الصحف ، خبر وتعليق ، النشرات المختصة (المونق والمال) ،
الادب والفن ، المرور والمواصلات ، الرياضة ، الارصاد الجوية ، مواجيز الانباء ،
من مجالسنا المحلية .

ت البرامج الثقافية : تشغل نسبة ١٢ر١ ٪ من اجمالي الوقت المختص لاداعة
البرامج بوجه عام وتتضمن مجموعة من البرامج من أهمها : أحداث لها تاريخ
خواطر يومية ، بنك المعلومات ، حقائق وأرقام ، القاهرة ٢٠٠٠ ، الثقافة للجميع ،
الادب ، الشبان .

- البرامج الدينية : تشغل نسبة ٨ ٪ من اجمالي الوقت المختص لاداعة البرامج
بوجه عام وتتضمن مجموعة من البرامج من أهمها : الدين والحياة ، التلاوات القرآنية

- برامج الخدمات والطوائف : تشغل نسبة ١٢ر٤ ٪ من اجمالي الوقت المختص
لاداعة البرامج بوجه عام وتتضمن مجموعة من البرامج التي تستهدف خدمة أسسباء
الاجتمع المحلي على اكر من مستوى على النحو التالي :

- الخدمة العاليه وتنشئ نخدم برامج في هذا المجال مثل عمال ، الفاعس ،
نرمس عمل ، عمل وعمال .

- الخدمة الراحبة والسرفه : ونقدم في هذا الاطار مجموعة من البرامج
منها ريف القاهرة ، خدمة لكل فلاح ، بالاضافة الى برامج الخدمات المحلية
والحكم . العللى مل برنامج في مجالسنا المحلية ، طلب احاطة ، تحبسنه
وسلام

البرامج والمواد الترفيهية : حيث تشغل نسبة ٣٣ر٤ % من إجمالي الوقت المختص
لاذاعة البرامج بوجه عام وتشتمل على الموسيقى والفن ، والمزوعات والمسلسلات وبرامج
المسابقات ومن هذه البرامج مايلي : خسة فرشة ، طريق السعادة ، سهرة
الجمعة ، فكر تكسب ، صورة مضيئة ، علاء وعلى الأغاني والفقرات الموسيقية المختلفة .

اذاعة وسط الدلتا المحلية :

نشأتها : لكي تنشأ خدمة جديدة في مجتمع ما . لابد أن تكون هذه الخدمة
نايعة عن حاجة حقيقة لهذا المجتمع وأن تعبر عن رغباته وأحتياجاته . لهذا كان
أول سؤال وجه الى عينة الدراسة والتي بلغ قوامها ١٠٠٠ حالة حول الاذاعة المحلية
في محافظة الغربية من طنطا . هدفه التعرف عن مدى ضرورة انشاء مثل هذه الاذاعة
فقد اجابت ٩٦ر٤ % من مجموع عينة الدراسة بعبارة عن الحاجة الماسة للضرورة التي
هذه الاذاعة الجديدة .

وفي الحادى والعشرين من يوليو ١٩٨٢ أنشئت اذاعة وسط الدلتا لخدمة اقليم
وسط الدلتا المتناسق اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا وذلك لتعبر صدق عن مصالح المواطنين
ووتعكس تراثهم التاريخى والفنى وتلقى الضوء على كافة الخدمات المطلوبة وتخدم
الاذاعة جواهر محافظات وسط الدلتا وهى الغربية ، المنوفية ، الدقهلية ، كفر الشيخ
وودمياط .

ويرى د . سامى الشريف ان انشاء هذه الاذاعة جاء متأخرا جدا وذلك أن مصر
تملك البلد الزراعى الذى يعمل معظم ابناءة فى قطاع الزراعة منذ الان السنين
ككان بحاجة الى تخصيص اذاعة تخاطب أهالى الريف وتشجيعهم على الاسهام فى تنمية
المجتمع والنهوض به . صحيح أن الاذاعة المصرية أولت اهتماما للريف ومشكلاته من خلال
برنامج " ركن الريف " الذى قدمته الاذاعة فى أواخر الاربعينيات . الا ان هذا المجتمع

الريفى كان بحاجة لمزيد من الاهتمام . وقد كان إنشاء إذاعة الشعب فى عام ١٩٥٩ نية الاهتمام بالطبقات العاملة التى من بينها قطاع الفلاحين الا إنه نظرا لظروف الارمال وتواجد الاذاعة بالقاهرة وعدم وضوح ارساليها فى المناطق التى تضم جماهيرها المستهدفة فعجزت الاذاعة عن الدور المناط بها فى خدمة المجتمع الريفى .

أهداف إذاعة وسط الدلتا :

من المعروف أن إذاعة وسط الدلتا أول إذاعة مصرية توجه اهتمامها بشكل مباشر لأهل الريف وتغآيشهم وتنقل مشاكلهم وتعبر عن آمانيهم وخواطرهم ومنذ أن انشأت إذاعة وسط الدلتا وحتى الان استطاعت أن تؤدى رسالتها على الوجه الأكمل فى خدمة إقليم وسط الدلتا بما يساهم فى تنمية المجتمع المحلى المستهدف . حيث تستهدف إذاعة وسط الدلتا من وجودها بوجه عام خدمة أبناء المجتمعات المحلية فى محافظات وسط الدلتا من خلال ما يلى .

— خدمة طوائف المجتمع المحلى (كالفلاحين ، والعمال والصيادين والخياب والطفل والمرأة والشهوض بهم فى كافة المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والصحية .

— تقديم خدمات محلية بالدرجة الأولى تهتم بحل مشاكل المواطنين اليومية فى مجال الأمن الغذائى ، والإسكان ، والمواصلات والكهرباء ، والنظافة العامة .

— تنمية الوعى السياسى لأبناء المنطقة وتزويدهم بالمعلومات المنصلة بمجتمعهم

وإطلاعهم على أبعاد الأنشطة المحلية المختلفة وتعميق مفهوم الانتقاء السليم
المجتمع المحلي .

- العمل على إحداث التغيير في الأنماط السلوكية والرواسب الناتجة عن عدم الوعي
بالمسؤولية والتمسك بالمفاهيم والأفكار التقليدية التي لا تتماشى مع واقع العصر
- تحقيق الرقابة الشعبية على المواقع والأجهزة التنفيذية والخدمة التي تقوم على
خدمة الجماهير المحلية .
- المشاركة في حملات التوعية والسلوكيات والاهتمام بعملية التثقيف النسائي وقضايا
الانفجار السكاني ومحو الأمية وترسيخ الاستهلاك ، وزيادة الانتاج .
- الاهتمام بزيادة الانتاج الزراعي والصناعي وتحويل القرية الى قرية منتجة والتركيز
على البرامج الاعلامية الخاصة بمشروعات التنمية والجهود الذاتية من خلال تغطية
أنشطة الاسر المنتجة والمشاركة الجماهيرية في برامج التنمية الزراعية .
- دعم أهداف الحكم المحلي والإدارة المحلية وتحقيق الإلتحام المباشر بجميع
المؤسسات والهيئات المحلية وإقامة صلات وثيقة بهم من أجل السير معاً على طريق
تعميق الخدمات التي تقدم لكل مواطن داخل المنطقة .
- تحقيق ثقة المواطن المحلي في وسائل الاعلام المصرية بتقديم كل ما هو صادق
وموضوعي ومفيد .
- مشاركة الجماهير بالاحتفال بالمناسبات القومية والدينية وجميع المناسبات الخاصة
بأقليم وسط الدلتا .

التخطيط البرامجي لإذاعة وسط الدلتا :

تسبر خطة البرامج في إذاعة وسط الدلتا وفق سياسة محددة باعتبارها إذاعة
إقليمية تخدم مجتمعا محليا محدودا في دوله نامية من الضروري أن توظف أجهزة
الاعلام بهام من أجل خدمة أهداف التنمية ، والسياسة التخطيطية التي تحاول إذاعة

وسط الدلتا ترميز ^{١٢} إلى برامج تقوم على تحقيق مجموعة من المبادئ . منها تأكيدها على مفهوم التراث بمعنى ان فلسفة برامج إذاعة وسط الدلتا تقوم على عدم إذاعة أى إنتاج ادبى الا بأصوات فنانين وأدباء وشعراء ومتحدثين ومفكرين ومبدعين من أبناء وسط الدلتا . وحتى ما يقدم من قراءات قرآنية وابتنهالات دينية . وأن تكون البرامج ذات طابع محلى ينبع من بيئة وسط الدلتا . فإذاعة وسط الدلتا تتم بالإغراق الشديد فى المحلية مما يجذب اليها عدد كبير من جمهور المستمعين .

بالإضافة إلى المرونة التخطيطية لمسايرة أحداث المجتمع ، وتعنى المرونة لهذه الاذاعة ضرورة تجاوبها ومسايرتها للأحداث والقضايا المرتبطة بمجتمع وسط الدلتا وقابليتها للخوض فى كل ما يتعرض له هذا المجتمع من أحداث وظروف مستجدة حتى لا تكون خطة برامجها ثابتة . علاوة على ذلك تؤكد إذاعة وسط الدلتا على سياستها التخطيطية على أهمية تحقيق التوازن بالنسبة لأنواع البرامج الإذاعة والمناطق المختلفة التى تكون منها المجتمع المحلى وكذلك فئات الجمهور بمعنى عدم التركيز على تقديم برامج معينة دون الأخرى ، أو التركيز على مدينة معينة دون الأخرى ، ومن ناحية أخرى تسعى إذاعة وسط الدلتا الى غرس الشعور الدائم فى نفوس مستمعيها بأن هذه الاذاعة هى اذاعتهم المملوكة لهم والتي قامت وأنشئت من أجل خدمتهم دون غيرهم علاوة على ذلك فإذاعة وسط الدلتا تعتبر احدى الخدمات اذاعية التابعة للإذاعة المركزية من خلال شبكة المحليات لذلك توجد صلة وثيقة تربط هذه الاذاعة بالإذاعة المركزية وتتضح هذه الصلة من خلال عمليتين التنظيم والاشراف المركزى على الخطة البرامجية لإذاعة وسط الدلتا ومتابعتها فيما بعد .

توقيت البث وعدد ساعات الإرسال :

تقدم إذاعة وسط الدلتا برامجها على فترتين :

صباحية : من السادسة صباحا إلى الثامنة صباحا ماعدا يوم الجمعة من السادسة إلى الواحدة ظهرا .

والمساءية : من الرابعة مساء إلى العاشرة مساء ماعدا يوم الخميس إلى الثانية عشر منتصف الليل .

وتعمل هذه الإذاعة على موجة متوسطة ٢٥٨٤ متر وبتذبذب مقدارها ١١.٦١ كيلو سيكل غنى الثانية وبقوة ٦٠ كيلو واط .

ولقد بلغ عدد ساعات إرسال إذاعة وسط الدلتا خلال عام ٨٨ / ٨٩ / ٢٤٩٢ ساعة بمتوسط يومى ٩ ث، ٣٤ ق قدمت من خلالها كافة ألوان البرامج بينما بلغ عدد ساعات إرسال إذاعة وسط الدلتا فى عام ١٩٩١ ٣٧١٤ ساعة من الإرسال . بمتوسط يومى ١٠ ساعات ، ١٠ دقائق وقد بلغ عدد ساعات إرسال إذاعة وسط الدلتا الأسبوعية ٦٥ ق / ٧١ ث .

١ أنواع البرامج	٢ عدد ساعات البث المخصصة للبرامج أسبوعيا		النسبة المئوية
	ق	ث	
١ - برامج الخدمات والطوائف	٢٠	٢٨	٣٩,٣
٢ - البرامج الثقافية والإسرة والطفل	٣٥	٨	١١,٩
٣ - برامج المنوعات	١٩	١٤	١٨,٩
٤ - البرامج الإخبارية	٣٠	١٠	١٤,٦
٥ - البرامج الدينية	٥٦	٧	١١,٠
٦ - برامج الدراما والاعلانات	٥	٣	٤,٣
الإجمالي	١٥٠	٧٢	١٠٠٪

الجدول السابق يوضح أنواع البرامج التي تقدمها إذاعة وسط الدلتا والنسب
الثوية لكل منها قياسا لاجمالي ساعات الارسل الاسبوعية .

نوعية البرامج التي تقدمها إذاعة وسط الدلتا :

تقدم إذاعة وسط الدلتا من خلال ساعات إرسالها كافة ألوان البرامج التنويرية
والجماهيرية والثقافية والخبارية الى جانب المواد الترفيهية والتي تتمشى مع طبيعة
المجتمع المحلى وتعالج قضايا . ومن هذه البرامج :

١ - برامج الخدمات والطوائف : حيث تشغل ٢٩,٣ ٪ من اجمالى الوقت المختص
لاذاعة البرامج وهذه البرامج يشارك الجمهور بنفسه فى إعدادها وتقديمها وتتيح
الاذاعة الفرصة أمام مستمعيها لمخاطبة المسئولين وعرض تساؤلاتهم ومشاكلهم
عليهم بصراحة ووضوح ومن أهم وأشهر البرامج التي تقدمها إذاعة وسط الدلتا
فى هذا المجال برنامج (٢٢٢٠٠١ معاك على الخط) وهو برنامج أسبوعى يحل
رقم تليفون إذاعة وسط الدلتا حيث يقوم المستمع بالاتصال تليفونيا بالاذاعة لعرض
مشكلته أو تساؤله ثم تتصل الاذاعة بالمسئول تليفونيا بهدف الحصول على رد أو
حل . ومن البرامج الشهيرة فى هذا المجال أيضا برنامج نادى القرية وهو
برنامج جماهيرى تتنافس فيه الجمعيات التعاونية الزراعية فى القرى حيث
يتجمع الفلاحون ويتسابقون فى الاجابة على الاسئلة فى الثقافة الزراعية والمهنوعات
وتشمل الجوائز كأس المحافظة وكؤس الجمعيات الزراعية وجوائز مالية . وهناك
العديد من برامج الخدمات التي يسهم المستمعون فى إعدادها وتقديمها . والتي
تساهم فى حل مشاكل الجماهير من هذه البرامج . سؤال وخمس إجابات ، لقاء
مع مواطن ، لقاء مع مسئول ، مشكلتك لها حل ، مع خالص تحياتي ، برينس
المستمعين .

٢ - البرامج الثقافية والاسره والطفل : حيث تشغل نسبة ١١,٩ ٪ من اجمالى
الوقت المختص لاذاعة البرامج بوجه عام . فاذاعة وسط الدلتا تقدم برامج
ثقافية تهتم بالثقافة الادبية والفكرية واتاحة الفرصة امام المواهب الشابة

من خلال برامج ، المجلة الثقافية ، حديقة الأفكار ، بنك المعلومات ، دراسات نقدية ، الصالون الثقافي ، كما تهتم إذاعة وسط الدلتا بتقديم برامج خاصة بالأسرة ومشاكلها ومحاولة تقديم المشورة والتجارب الرائدة وكل ما يهم الأسرة الريفية والحضرية مع تغطية المشكلة السكانية بأبعادها المختلفة من خلال برامج مثل ، هوى ، بيت العز ، حكايات أم الهنا ، مجلة المرأة ، تكسرة لبيكره . كما تهتم إذاعة وسط الدلتا بالطفل من خلال برامج ، ما يطلبه الأطفال لجنة أطفال الدلتا ، برامج الدلتا ، ضرورة الأطفال

٣ - البرامج الاخبارية : وتشغل نسبة ١٤.٦٪ من إجمالي الوقت المخصص لإذاعة البرامج بوجه عام . والبرامج الاخبارية في إذاعة وسط الدلتا علامة مميزة لتلك الإذاعة المحلية فالإذاعة في نشرات أخبارها لا تقتصر على تقديم الأخبار المحلية - كما يظن البعض أن ذلك هو دور الإذاعة المحلية - بل أن الإذاعة تقدم نشرات تتضمن أخبار قومية وعربية وعالمية . ترتبط ارتباط وثيق بالمجتمع المحلي . فمثلا : خبر قيام أحد مراكز البحوث العالمية بإنتاج نوع معين من البذور عالية الإنتاج أو مبيد حشري فعال ، أو اكتشاف أن مبيد حشرياً يستخدم حالياً فيه ضرر كبير بالإنسان ومطلوب سحبه من التداول إن خبر عالمي يهم المجتمع الزراعي المحلي . ومن أمثلة هذه البرامج التي نقدمها إذاعة وسط الدلتا ، العالم اليوم ، العالم هذا المساء . بالإضافة الى ذلك فإن إذاعة وسط الدلتا تهتم بتقديم البرامج الاخبارية المحلية . من هذه البرامج : الدلتا في صحف الصباح ، جولة المحطات المحلية ، أقوال الصحف ، صاح الخبر يأنظنا ، النشرة الصوتية .

٤ - البرامج الدينية : حيث تشغل نسبة ١١٪ من إجمالي الوقت المخصص لإذاعة البرامج بوجه عام . وتقدم إذاعة وسط الدلتا البرامج الدينية التي تهدف إلى تقديم الثقافة الدينية وتصحيح المفاهيم الخاطئة ودحض الأفكار الهدية والنسب سنائي مع الأديان والتعاليم السماوية من خلال برامج : يوم الجمعة ، دعاء

حديث الصباح ، في رحاب الاسيان ، صوت الرحمن ، سبحان الله ، نتاوى واحكام .
٥ - البرامج والمواد الترفيحية : حيث تشغل نسبة ٢٢٪ من اجمالي الوقت المخصص
لاذاعة البرامج بوجه عام ، ويشمل على برامج المنوعات والغناء والبوسيقى والمسلسلات
ومن أهم هذه البرامج ، سهرة في فرسة ، دورى المنوعات ، اليوم المتوح ، كما
تقدم إذاعة وسط الدلتا الاعلانات ضمن برامجها مراعية في ذلك قواعد وضوابط
الاعلان في الاذاعات المحلية التي تحرص على التصريف بالسلع والخدمات المحلية
والدعوة للإعتراز بكل ما هو محتى ومنح في مصر والتركيز على ما يحتاجه المواطنون
من سلع وخدمات

اذاعة شمال الصعيد

نسأها : تعتبر إذاعة شمال الصعيد أول إذاعة محلية تخاطب أبناء مصر في الصعيد
وهي وحدة من وحدات شبكة الاذاعات المحلية التي تم اقامتها على أرض مصر وذلك لتحقيق
التنمية الشاملة للأقاليم ، والوصول إلى كل مواطن في موقعه ومشاركة الدولة في
مناشط القضايا التي تهم أبناء الأقليم ومختلف أعباء عبهم وكثيرا ما لعبت في المحطات
بمختلفة ، ولقد بدأت بثاتها في ١٣ مايو ١٩٨٢ من مدينة المنيا - حيث إنشأتها
رئيسي ببناء حديث ، كما تقدم الخدمات المختلفة لتحقيق أهداف البرنامج من
إعلامية ، وأقليم - دورية إذاعة شمال الصعيد تشمل أربع محافظات هي : المنيا
، بني سويف ، الفيوم ، أسيوط . وهو إقليم زراعي إلا أنه به محافظة المنيا التي تساهل
المحافظة الناشئة على مستوى الجمهورية من حيث السياحة والانار . ونسعى الاذاعة
من خلال برامجها لخدمة أبناء المحافظات الأربع والتركيز على مجالات التنمية والتطوير التي
تقوم بها أجهزة الحكم المحلي والأجهزة التنفيذية بالمحافظات .

أهداف إذاعة شمال الصعيد :

تقوم إذاعة شمال الصعيد على تحقيق الأهداف التالية

- تحقيق اللامركزية في حل مشكلات المجتمع من خلال الوصول الى هذا المجتمع والمشاركة في تنميته مع بقية المؤسسات الموجودة فيه ، وتستمد إذاعة شمال الصعيد أهميتها فيما يتعلق بهذه النقطة من إنها تخدم مجتمعا متاخلا السى حد كبير جدا من النواحي الطبيعية والاجتماعية ممايسهل عليها تقديم المضمون الذى يرضى الكبر عدد ممكن من الجمهور . وتناول القضايا والمشكلات فى مجتمع شمال الصعيد بالاسلوب الذى يلائم الواقع ويرضى ابناءؤه .
- المشاركة فى احياء التراث الثقافى والفنى لاقليم شمال الصعيد وذلك بتقديم الفنون وأشكال الابداع المحلية والعمل على اكتشاف المواهب .
- الاهتمام بالموارد الاقتصادية فى الاقليم من سياحة وصناعة وزراعة وتجارة وتقديم الخدمة الجيدة للروة البشرية المرتبطة بكل هذه الموارد بحيث تساهم الاذاعة المحلية فى خدمه مسنعيها وخلق المواطن الصالح المستيرالذى يقوم بواجبه على اكمل واتم وجه
- ولقد استطاعت اذاعة شمال الصعيد ان تقدم العديد من البرامج والتي كان فسى ضمنونها مايساهم فى تنمية المجتمع المستهدف وذلك من خلال مايلى
- حيث تم تغطية أخبار الاقليم بالاخبار المقرؤه والصوتية ، المقرؤه ٢٥٠٠ خبر والصوتية ٢٢٠٠ خبر .
- تم الحصول على ٢٢٠ ردا أو حلا لساكل المواطنين من خلال برامج الخدمات .
- تم تقديم عرض ملخص لسوالى ٧٥ كتابا من كتب التراث والكتب الاقليمية .
- ساهمت الاذاعة فى تقديم انتاج الادباء والشبان فى مجال القصة والمسرح والشعر
- ساركت الاذاعة وزارة الصحة فى حملتها القومية لمكافحة البلهارسيا ولعبت دورا هاما فى توصيل المعرفة بخطورة هذا المرض .
- خرج ميكرون الاذاعة الى الحقل الزراعى ومتابعة التجارب والبحوث العلمية بالتعاون مع البحوث الزراعية من خلال برنامج البحث بين النظرية والتطبيق .
- تم تقديم البرامج التعليمية لطلبة الثانوية العامة والجامعات واذاعة نتائج الثانوية العامة وبعض من المسابقات الهامة لكتاب جامعى المنا بايسوط .

ساهمت الاذاعة في تغطية الماسحات الدنيسية والقوسية والمعدنية لمخاطبات
الاقليم .

وتقوم فلسفة البرامج في اذاعة شمال الصعيد على الاسرالاتية :

١ - أن تكون الاذاعة ملتزمة بمفهوم الخدمة ومفهوم الخبر بمعنى ان النشاط الاخباري
لا ينحزل عن بقية الانشطة الاخرى وعلى سبيل المثال فان الاخبار لا تهدف الى
الاعلام فقط وانما ابضا الى التثقيف والترفيه ، فالتثقيف من خلال اضافة معلومة
فعلية الى الرصيد المعاني للمستمع والتربية من خلال الفقرات الترفيحية الطريفة
وأخبار الجرس .

٢ - حفة الحركة وسرعة الانتفاذ والاياع المناسب للبرامج فاذاعة شمال الصعيد يجيب
ان تكون منحركة وألا تقف معزل المجتمع ومابه من معيرات وأحداث .

٣ - ان تكون البرامج محلية ونابعة من البيئة ونعكس فن ابناء الصعيد وثراهم وافكارهم
ومردد الاماكن والذوق واسمخياش التي بالفننها وتلبى احتياجانهم الخاصة والبنمية

توقيت البث وعدد ساعات الارمال :

تقدم اذاعة شمال الصعيد برامجها على فترتين :

التيابحية . من الساعة السابعة صباحا وحتى الساعة عدا يوم الجمعة بمنسسد
الارمال حتى الواحدة والنصف ظهرا .

السائية : من الخامسة مساء وحتى العاشيرة مع امتدادها يوم الخميس الى الساعة
الثامنة عشر .

وتعمل اذاعة شمال الصعيد على أربع موجاب هي :

الاولى للمنيا وطولها ٢٠٣,٣٦ متر وفوتها ٥ كيلوات وبذبذبة قدرها ١٤٧٥ ك /

الثانية لاسيوط وطولها ٢٢٩٨٨ متر وقوتها ٥ كيلو وات وبذبة قدرها ١٣٠٥ ك هرتز .

الثالثة للفيوم وطولها ٣٩٦.٨٢ متر وقوتها كيلو وات واحد وبذبة قدرها ٧٥٦ ك / هرتز .

الرابعة لبني سويف وطولها ٢٩٧٦٢ متر وقوتها كيلو وات واحد وبذبة قدرها ١٠٠٨ ك / هرتز .

وخلال عام ٩٠ قدمت اذاعة شمال الصعيد ٢٦١٠ ساعة من الارسل الاذاعسى بينما فى عام ٩١ بلغ عدد ساعات ارسلها ٢٧٣٠ ساعة ويبلغ عدد ساعات ارسلها فى الاسبوع ٥٢ ساعة وخمسون دقيقة بمتوسط يومى ٧ ساعات وثلاثون دقيقة .

م	نوع البرامج	عدد ساعات البث المخصصة للبرامج أسبوعياً		النسبة المئوية
		ق	ت	
١	برامج الخدمات والطوائف	٢٥	١٧	٢٣
٢	البرامج الاخبارية	٤٥	٨	١٦,٦
٣	البرامج الثقافية والادبية	٣٥	٧	١٤,٤
٤	البرامج الدينية	٢٥	٤	٨,٤
٥	البرامج الترفيهية	٥	١٢	٢١,٤
٦	البرامج التعليمية	١٥	٣	٦,٢
الاجمالى		٥٠	٥٢	١٠٠%

جدول يوضح انواع البرامج التى تقدمها اذاعة شمال الصعيد والنسب المئوية لكل منها قياسا لاجمالى ساعات الارسل الاسبوعية .

نوعية البرامج التي تقدمها إذاعة شمال الصعيد :

تقدم إذاعة شمال الصعيد عبر إرسالها العديد من البرامج الاعلامية والثقافية والدينية والخدمية والمنوعة التي تغطي مختلف اهتمامات المستمعين في المحافظات التي تخدمها . وذلك على النحو التالي :

١ - البرامج التنموية والخدمات : تشغل هذه البرامج نسبة ٣٣٪ من اجمالي الوقت المختص لإذاعة البرامج بوجه عام . من أهم هذه البرامج ، البرامج الجماهيرية التي تخدم مصالح المواطنين وترد على شكاوهم ومنها برنامج نكواك بالتليفزيون عزيزتي شمال الصعيد ، وهو برنامج يومي يرد على طلبات وشكاوى المستمعين كذلك بولي الاذاعة اهتماما كبيرا بالقاء الاضواء على المعالم السياحية بمحافظة شمال الصعيد بهدف دعم وتنمية السياحة فيها ومن أهم هذه البرامج ، مسرورس الصعيد . برنامج يتحدث عن المعالم السياحية في المنيا وبرنامج لؤلؤة الصعيد ويتحدث عن المعالم السياحية في بني سويف وكذلك برنامج واحد الصعيد ويتحدث عن المعالم السياحية في الفيوم .

٢ - البرامج الاخبارية : حيث تشغل هذه البرامج نسبة ١٦,٦٪ من اجمالي الوقت المختص لإذاعة البرامج بوجه عام . وإذاعة شمال الصعيد تولى اهتماما كبيرا بالخدمة الاخبارية لمنسوبيها حيث تقدم الاخبار العالمية والقومية والمحلية وذلك من خلال نشرات الاخبار والبرامج الاخبارية مثل جريدة شمال الصعيد ، أقوال المشرف أضواء على الاخبار .

٣ - البرامج الثقافية والادبية : وتشغل هذه البرامج نسبة ١٤,٤٪ من اجمالي الوقت المختص لإذاعة البرامج بوجه عام . وتتناول هذه البرامج أهم الانتطاسة والاعمال الادبية والفنية لآباء المجتمع المحلي . ومن أهم هذه البرامج ، المجلد

الثقافية ، نجوم في سماء الادب ، تجربة علمتى ، من التراث ، قراءات حرة ، ألوان من كل مكان .

٤ - البرامج الدينية : حيث تشغل هذه البرامج نسبة ٨٤ر٢ % من اجمالي الوقت المختص لإذاعة البرامج بوجه عام . ومن أهم هذه البرامج ، حكم الدين ، أولياء الله ، حياتنا بين القرآن والسنة ، أحسن القول ، مواقف إيمانية ، وتعاونوا على البر والتقوى .

٥ - البرامج الترفيهية : وتشغل هذه البرامج نسبة ٢١ر٤ % من اجمالي الوقت المختص لإذاعة البرامج بوجه عام . وتتضمن هذه البرامج الموسيقى والفن ، والتنوعات والمسلسلات ، ومن أهم هذه البرامج ، مسرح الاقليم ، ذغروده فى دارنا ويذاع اسبوعيا لمدة ٣٠ دقيقة ويلتقى بأصحاب المناسبات السعيدة ، كالأزواج والنجاح بالاضافة الى البرامج التالية .

شمال الصعيد بفتحى ، عروس الصعيد ، مع الناس ، مواهب شمال الصعيد وكذلك اغاني وفقرات موسيقية ، واغانى فلكلورية وملاحم شعبية .

٦ - البرامج التعليمية : وتشغل هذه البرامج نسبة ٦٢ر٢ % من اجمالي الوقت المختص لإذاعة البرامج بوجه عام . وتقدم إذاعة شمال الصعيد البرامج التعليمية للتعليم الثانوى والجامعى ومن أهم هذه البرامج ، برنامج اوائل الطلبة ومدته نصف ساعة وهو عبارة عن مسابقة تجرى بين طلاب الثانوية العامة ، وبرنامج جامعة الهواء ومدته نصف ساعة لخدمة طلاب جامعتى النيا وأسيوط بالتعاون مع أساتذة الكليات وكذلك برامج فى رحاب الجامعة ، وخزينة الطالب .

إذاعة شمال سيناء :

نشأتها : بدأ الإرسال الإذاعي لإذاعة شمال سيناء المحلية فى الخامس والعشرين من شهر أبريل عام ١٩٨٤ وهو موعد العيد الثانى لتحرير سيناء وكان الهدف من إنشاء هذه الخدمة المحلية هو إضافة خدمة إذاعية جديدة تخدم قطعة غالية من أرض مصر لتعبيد لأهل هذه المنطقة ارتباطهم وانتمائهم لمصر بعد فترة الاحتلال التى عاشوها .

والمتبريد أو منظم سكان سال سناء من الدو والحضر نحدد من أجل مائل

من شبه الجزيرة العربية وفلسطين وبلاد الشام . وقد شهدت الفترة التي أعقبت حسمرب
فلسطين عام ١٩٤٨ انتقال عدد كبير من اللاجئين الفلسطينيين الذين أقاموا في سيناء
وتوجد عائلات كثيرة من أصل فلسطيني تستوطن مدينة العريش ورفع .

ويخدم الارسل الاذاعي لاذاعة شمال سيناء مناطق العريش والشيخ زويد وبئر الجبد
ورفع ونخل والحسنة بالاضافة الى تجمعات البدو وسكان القرى في مختلف النجوع وليربط
بين هذه المنطقة والوطن الام

وعلى قدر ما لاذاعة شمال سيناء من أهمية في هذا الموقع الهام من أرض مصرنا الحبيبة
وفي شمال سيناء على وجه الخصوص بقدر المسؤولية على القائمين بالعمل في الاذاعة وما تتطلبه
من بذل و عطاء وخدمة ورفع مستوى المواطن في هذه المناطق

أهداف اذاعة شمال سيناء :

- تقوم اذاعة شمال سيناء على تحقيق الاهداف الاتية :
- تقديم الخدمة للمستمع المحلي في كافة مجالات الحياة على اعتبار انها اذاعة
خدمات .
- ربط المستمع بالمنطقة المحلية التابع لها وبالتالى ربطه بالوطن الام وتحقيق
الولاء والانتماء للوطن :
- تعريف المستمع بجغرافية وتاريخ هذه المنطقة المحلية .
- تقديم الخدمات الارشادية للمواطنين في مجالات متعددة (تأمينات اجتماعية
استخراج بطاقات - تركيب اعداد اناره - مرور . . . الخ) .
- تقديم البرامج السياحية والفنية والترفيهية والتي تقدم من خلالها المعلومة
التي تهتم المستمع من آثار وشخصيات وزائرين .

توقيت البث وعدد ساعات الارسل :

تقدم اذاعة شمال سيناء برامجها على فترتين :

صباحية : من الساعة السابعة وحتى العاشرة صباحا

مساءية : من الساعة السادسة وحتى العاشرة مساءً ، وتمتد يوم الخميس حتى

الساعة الحادية عشر مساءً .

وتعمل اذاعة شمال سيناء على موجة طولها ١٩٩ متر وبذنبية قدرها ٥٠٣ كيلو هرتز . ولقد كانت فترة ارسال هذه الاذاعة في بدايتها عليها ١ كيلو وات زادت فيما بعد حيث أصبحت ٢٥ كيلو وات . ويوجد باذاعة شمال سيناء عدد استوديو الاول للهواة والثاني للتسجيلات والمونتاج هذا علاوة على بعض الامكانيات الاخرى من سيارات وعربات لنقل الاذاعيين والفنيين ومجموعة من أجهزة الانتاج والتسجيل .

ويبلغ عدد ساعات ارسال اذاعة شمال سيناء الاسبوعية ٥٣ ساعة . وخلال دورة

اذاعية يصل عدد ساعات ارسالها ٦٣٦ ساعة .

م	انواع البرامج	عدد ساعات البث المخصصة للبرامج اسبوعياً		النسبة المئوية
		ق	ث	
١	برامج الخدمات والبيئة	١٥	١٨	٣٤٢
٢	برامج الاخبار	٢٥	٦	١٢
٣	برامج ثقافية والاسرة والطفل	١٥	٥	٩٨
٤	البرامج الترفيهية	-	١٧	٣١٨
٥	البرامج الدينية	٢٠	٤	٨١
٦	البرامج التعليمية	١٠	٢	٤١
الاجمالي		٢٥	٥٣	٪١٠٠

الفصل الثالث

الإذاعات الدولية الموجهة

- ١- مفهوم الإذاعات الدولية .**
- ٢- أهداف الإذاعات الدولية الموجهة .**
- ٣- أساليب السيطرة والتمويل واللغات المستخدمة في الإذاعات الدولية .**
- ٤- مصادر أخبار الإذاعات الدولية الموجهة .**
- ٥- الإذاعات الدولية الموجهة للعالم العربي .**
- ٦- التخطيط للإذاعات الدولية الموجهة .**

الإذاعات الدولية الموجهة

١ - مفهوم الإذاعات الدولية :

اختلفت تعريفات الإذاعة الدولية باختلاف آراء أصحاب هذه التعريفات ، فمنهم من يرى أن الإذاعة الدولية هي التي توحه من دولة معينة إلى دولة أخرى ، كما يمكن أن يضاف إليها تلك الإذاعات التي تسمع على نطاق معقول في دولة أخرى وإن كانت موجهة أساساً إلى دولة معينة .

وفي تعريف آخر تجد أن الإذاعة الدولية تعني إرسال الصوت والموسيقى عبر مستأخات شاسعة ليستقبلها جماعة من الناس خارج حدود الدولة التي تقوم بالارسال وذلك بلغات يمكن للمستمعين الموجه اليهم الخدمة فهمها .

وفي إحدى الدراسات الخاصة بالإذاعات الدولية تم وضع ثلاث محكات رئيسية هي :

أ (قوة الإرسال :

تسعى الاذاعة الموجهة إلى توصيل ارسالها خارج حدود الدولة البائة ، ومن ثم فهي تحتاج إلى محطات ارسال أقوى ، وترددات اذاعية اعلى حتى تضمن لها اختراق الحدود كي تنافس الاذاعات المحلية في الدول المستهدفة .

ب (نوع الجمهور :

الاذاعة الموجهة تسعى إلى مخاطبة جمهور اجنبي ، في دولة اجنبية يتحدث لغة مختلفة ولا تربطهم بالقائمين بالعمل فيها أية روابط بل ان هذا الجمهور قد يكون معرضاً لضغوط من قبل حكومته تحثه على عدم الاستماع إلى الاذاعات الموجهة .

ج (نوع البرامج :

نتيجة اختلاف طبيعة الاذاعات الدولية ، فان ذلك ينعكس على مضمونها البرامجي الذي ينبغي أن يعد وفقاً لاسس علمية

سليمة ، ومن واقع دراسات وبحوث تجرى على المستمعين لمعرفة طبيعتهم واهتماماتهم .:

٣ - أهداف الاذاعات الدولية الموجهة :

الحديث عن الأهداف التي ترسب في تحقيقها أية محطة إذاعية ، يرتبط إلى حد كبير بالجهة المسيطرة أو المشرفة على هذه الاذاعة ، وبالتالي فإن أهداف الاذاعات الموجهة ترتبط بمن يسيطر عليها . والحكومات دائماً ترغب في أن تكون قابضة وموجهة للاذاعات الموجهة من دولها ، سواء تمت السيطرة والإدارة بطريق مباشر أو غير مباشر ، ولهذا فالحكومات هي التي ترسم للاذاعات الموجهة أهدافها مهما كان النظام الإذاعي الذي تتبعه الاذاعات عموماً ، والمسألة بعد ذلك لاتعدو أن تكون شيئاً من التحرر أو التزمّت في التنفيذ ، فمعروف أن بعض الحكومات تترك لاذاعاتها الموجهة اتباع ما تراه من وسائل تقنية

ليث إرسالها في حدود الاهداف التي سبق ان رسمتها الدولة من قبل ، بل لقد وصل الامر ببعض الحكومات التي أن ترسل إلى المحطة الدولية تعلقاتها السياسية الموجهة بعد ان تُكتب في وزارة الخارجية .

إلا أن الدولة في تحديد اهداف المرجو من وراء البث الأذاعي الدولي تصنع مجموعة من المعايير في الاعتبار مثل :

(أ) معرفة مدى مساهمة الحكومة المستهدفة لوجهة نظر الدولة الباتة .

(ب) مدى توافق وجهة النظر الشعبية في المنطقة المستهدفة لوجهة نظر الدولة الباتة .

(ج) وجهة نظر الجماهير المستهدفة نحو مختلف الدول الأجنبية ونحو المذاهب ، والعقائد السياسية المختلفة .

(د) ظروف الجمهور المستهدف وطبيعة احتياجاته ورغباته .

ومن الجدير بالذكر أن أهداف الاذاعات الموجهة تختلف باختلاف المضمون الذي تقدمه سواء أكان مضموناً اخبارياً أو

تتقيفاً أو ترفيهاً ففي حالة المضمون الاخباري نجد أن الاهداف
تختصر في :

١ - الاخبار :

أي إعلام المستمع بالانباء والتطورات التي تهتمه محلياً أو
عالمياً وفي هذه الحالة ، تواجه الاذاعات الدولية ، منافسة مع
اجهزة الاعلام المحلية والاذاعات الدولية الاخرى التي تجاصر
المستمع وتسعى إلى جذب الاحتفاظ به .

٢ - التفسير والشرح :

وهي مهمة تأتي بعد الاخبار حيث أن الوقت المحدد لنشر
الاخبار لا يلبي حاجات الجماهير المتزايدة لمعرفة الاحداث وتتبعها
وبالتالي تأتي أهمية الوظيفة التفسيرية للانباء كأخذ الفهم
الرئيسية لتقديم فكرة متكاملة عن الحدث وما يحيط به من
تطورات . ولأنك أن هذه الوظيفة في الاذاعات الموجهة تختلف
 باختلاف الايديولوجيات التي تتبعها .

٣ - التوجيه :

والتوجيه فى معناه الوظيفى يتضمن تلونياً للاخبار لتحقيق
أهداف محددة وهنا تكمن خطورة الوظيفة للتوجيهية للاذاعة .

أما فى حالة المضامين الأخرى الغير إخبارية فان أهداف
الاذاعات الموجهة تتلخص فيما يلى :

أ / التعريف بحضارة وثقافة ومبادئ الدولة صاحبة الإذاعية :

فلكل مجتمع تراثه الذى يميزه وبالتالي فالعاملين فى الإذاعة
الدولية يرغبون فى إبراز أفضل ما فى تراثهم وحضاراتهم من
قيم ومبادئ وقنون وآداب بهدف إثراء المستمع ولاظهار
مساهماتها فى التثقف الحضارى .

ب / تعزيز الوفاق الدولى :

وذلك عن طريق إبراز المصالح والأهداف المشتركة لدول
العالم وعن طريق التعريف للدولة صاحبة الإذاعة ، وأهدافها
والمبادئ التى تقف وراءها وعدم إذاعة المواد التى تعتبر تدخلاً

سافراً في الشؤون الداخلية للدول الأخرى ، وعلى المسؤولين عن
الإذاعة الدولية نقل الصورة صادقة ومكتملة عن مجتمعاتهم
لشعوب العالم الأخرى كما يقع على عاتقهم تعزيز الوفاق الدولي
بين جميع شعوب العالم .

ومن الجدير بالذكر أن اختلاف الأهداف حسب اختلاف
المضامين الإذاعية ، يمتد أيضاً حسب اختلاف النمط العام للخدمة
الدولية ، فعلى سبيل المثال نجد أن الإذاعات التجارية الدولية
لا تخرج أهدافها عن الأهداف السابقة إلا أنها تحققها بطرق مختلفة
ومن خلال مدخلات أخرى باستنادها على برامج المنوعات
والمواد الخفيفة والاعلانات لتحقيق أهدافها السياسية والتجارية
معاً .

وينبغي الإشارة إلى أن الأهداف السابق ذكرها إنما هي
أهداف نظرية ، تختلف كل دولة في تطبيقها في إذاعة الدولة
حسب توجهاتها السياسية وبما يحقق أهدافها ومصالحها
الخارجية ، فالأخبار والشرح والتفسير وتحقيق الوفاق الدولي إنما
يتم من وجهة نظر كل دولة حسب ظروفها .

٣-١- أسلوب السيطرة والتمويل واللغات المستخدمة في الإذاعات الدولية :
أسلوب السيطرة على الإذاعات الموجهة :

في هذا الإطار لنا العديد من أشكال الإذاعة الدولية مختلفة فيها
بينها من حيث نمط السيطرة على النحو التالي :

الخدمات الإذاعية الرسمية أو شبه الرسمية :

وتخضع للسيطرة المباشرة لحكوماتها ، لأن ما تقدمه هذه
الإذاعات خاص بالجمهور الخارجي وبالتالي يمكن أن يؤثر على
علاقات الدول الخارجية بشكل كبير .

لذلك كان تدخل الحكومة وسيطرته على هذا الشكل من
الخدمات الإذاعية ، فالحكومة هي التي تحدد اللغات المستخدمة
والمناطق المستهدفة ، وإن لم تتدخل الحكومة في المضمون ويشترك
في ذلك كافة الدول على اختلاف أنظمتها الإذاعية المحلية ، سواء
النظام التجاري أو الحكومي أو الهيئة العامة :

١- ففي الولايات المتحدة كمثال للنظام الإذاعي التجاري ، نجد
أن الحكومة الفيدرالية تتولى مسؤولية الإذاعة الموجهة للجمهور

الخارجى ، فإذاعة صوت أمريكا هى قسم من أقسام (وكالة
الاستعلامات الأمريكية
(U.S.I.A)

١- ويقدم مدير هذه الخدمة الإذاعية تقارير إلى رئيس
الجمهورية مباشرة ، بالإضافة إلى تعاونه مع وزارة
الخارجية .

٢- وفى الاتحاد السوفيتى ، كمثال لسيطرة الحكومة المركزية
نجد أن الإذاعة هى منظمة سياسية ضخمة تتحدد برامجها
وفقاً لقرارات سياسية .

٣- كما أن هيئة الإذاعة البريطانية التى تفخر باستقلالها فى
أعداد مضمون برامجها الموجهة للجمهور الداخلى ، تجد
أنها مسئولة أمام وزارة الخارجية ، والكمونولث عن اللغات
التي قد تستخدمها واختيار المناطق المستهدفة كما تحدد
وزارة الخارجية ساعات الإذاعة .

بالإضافة إلى ذلك يتجتم على هيئة الإذاعة أن يتصل بالإدارات
الحكومية المعنية للحصول على معلومات عين الظروف أو
الأحوال فى الدول التى توجه إليها الإذاعات ، وسياسة الحكومة
البريطانية حيالها حتى تستطيع أن تضع برامجها فى شكل

يخدم مصلحة للدولة وإن كانت الإذاعة هي المسئولة تماما
عن مضمون هذا البرنامج .

تمويل الإذاعات الدولية :

يتم تمويل الإذاعات الدولية عادة من جانب الحكومة سواء كانت
مسيطرة على النظام الإذاعي في الدولة سيطرة حكومية أو يسودها نمط
الإذاعات التجارية ، وإن ظهر بعض الاختلافات بين الحالتين :

(أ) ففي حالة السيطرة الحكومية على الإذاعة تتحمل الدولة
تكاليف الإذاعة الموجهة للجمهور في الخارج وذلك بأحد أسلوبين :
١- تمويل من الأموال الحكومية العامة ، ومثال ذلك كندا والولايات
المتحدة حيث يعتمد البرلمان ميزانيته لتلك الخدمة

(٢) التمويل عن طريق جزء من حصيلة رسوم الرخص التي يدفعها
المستمعون ، ومثال ذلك سويسرا .

وفي حالة الإذاعات الموجهة ، تعتمد تكاليف الإذاعات الخارجية
أيضا على الإعتمادات التي تخصص من الخزائن العامة ومثال ذلك
(وضعت أمريكا) التي تشكل ميزانيتها جزء من التميزانية العامة
لوكالة الاستعلامات الأمريكية

ومثال آخر لإذاعة مونت كارلو التي تعتمد في جزء كبير من ميزانيتها
على الإعلانات التجارية التي تبثها من خلال البرامج كذلك راديو

الحرية وأوروبا الحرة اللذان تمولهما وكالة الاستعلامات الأمريكية بهدف نقد وتوضيح الأخبار ، ذلك بالإضافة إلى راديو رياس Rias الذي يوجهه إلى برلين الشرقية وهو أيضا جزء لا يتجزأ من وكالة الاستعلامات الأمريكية ويعمل تحت إشراف المندوب السامي الأمريكي أما في الدول التي تكون بها الإذاعة هيئة تابعة لحكومة فإنه يتم ربط الخدمات الإذاعية الخارجية بالهيئة المسؤولة عن السياسة الخارجية .

والجدير بالذكر أن بث الإذاعة الموجهة لابد أن يسير في إطار تخطيطي منظم في ضوء إمكانيات المحطة وإحتياجاتها وبناءً عليه تتحدد ساعات الإرسال والجمهور المستهدف واللغات المرسلة إلى الدول المستهدفة .

اللغات المستخدمة في الإذاعات الدولية :

تتعدد اللغات التي تستخدمها الإذاعات الدولية ، وإن كانت أهم ثلاث

لغات هي :

(١) الإنجليزية :

ويبث بها ١٠٣ محطات ، والهدف من استخدام تلك اللغة هو الوصول إلى المتحدثين بالإنجليزية في كل مكان ، وكان راديو موسكو في عام ١٩٧٨ هو أول من استخدم هذا التعبير حين أنشأ الخدمة العامة

بالإنجليزية ، وتعتبر الخدمة التولية لهيئة الإذاعة البريطانية (الخدمة العامة لأعلى البحار) ومن الإذاعات الأساسية التي تقدم خدمة عامة بالإنجليزية .

(٢) الفرنسية :

وتستخدم في الإذاعات الدولية على نطاق واسع في مختلف القارات سواء في استراليا أو آسيا أو أمريكا اللاتينية ، مثل شيلي التي تعتبر من المصادر الرئيسية للإستماع إلى البرامج الفرنسية الموجهة بشكل خاص للمستمعين في الأمريكيتين .

وبالرغم من الوضع السياسي والثقافي في كوبيك فان راديو موسكو أو أي من إذاعات أوروبا الشرقية لا يقدم إرسالاً بالفرنسية إلى تلك المنطقة باستثناء راديو بودا بست .

ومن الدول التي تبث إذاعات موجهة بالفرنسية إلى أمريكا الشمالية ، فرنسا وإيطاليا ، وسويسرا واليونان ولبنان ومصر وعدد المحطات التي تستخدمها ٧١ محطة .

(٣) العربية :

ويأتي مركز اللغة العربية في المرتبة الثالثة بعد الإنجليزية والفرنسية من حيث عدد المحطات التي تبث بها ، والذي يبلغ ٦٨

محطة ، وكانت اللغة العربية مستخدمة على نطاق واسع في الإذاعات الموجهة منذ فترة طويلة ، وقد استخدمتها الـ B.B.C بانتظام منذ سنة ١٩٣٨ ربما كان بسبب إنتشار استخدام اللغة العربية يرجع إلى توافر أجهزة الإرسال بالموجة القصيرة في الدول العربية .

وقلة التشويش على الإذاعات التي تستخدم التردد العالي وهي مستخدمة في إذاعات الشرق الأقصى بشقيها واليابان ، وفي أمريكا اللاتينية مثل كوبا وشيلي .

٤- مصادر أخبار الإذاعات الدولية الموجهة

أولاً : وكالات الأنباء والمراسلون :

أصبح العالم الآن يعيش بالأخبار وللأخبار ، ومن أجل الحصول على الأخبار ، لأن الأحداث تتلاحق وتتابع في سرعة مذهلة ، وهي بذلك وفي تطورها لا تعبر عن حركة الحياة وسرعتها ، فالأخبار مستمرة ما دامت الحياة قائمة ومستمرة وبطبيعة الإنسان الفضولية التي تسعى إلى التعرف على الأخبار في كل مكان ، ولا سيما إذا كانت هذه الأخبار قريبة من الإنسان .

وقد تطور هذا الأمر في عصرنا الحاضر بتطور وبقدرة الوسائل التي تنقل الحدث وبسرعة مذهلة ، فأخبار الأحداث تطير في كل مكان إلى كل مكان على موجات اللاسلكي . وأصبح المواطن العادي يسأل عن الأخبار ويطلبها ويحرص على الوقوف عليها من المصادر المتاحة له ، ولم يعد اهتمامه مقصوراً على أخبار بلده فقط بل تعداه إلى أخبار البلاد الأخرى ، وخاصة تلك الدول التي تتصل ببلده ، وعلى ذلك يمكن القول بأن العالم بفضل وسائل الإعلام وسرعة نشر المعلومة ووصولها إلى كافة أنحاء العالم في جزء قليل

من الزمن . وأصبح العالم - على حد قول مارشال ماكلوهان - قرية صغيرة يستطيع الإنسان أن يعرف ما يجري فيها من أحداث .

وهذه المصادر جميعها تبحث وتتجول وراء الحصول على الأنباء حتى تحقق سبقاً أخبارياً لصحيفتها أو إذاعتها أو وكالة الأنباء التابعة لها ، ومن هنا كان لازماً علينا أن نعرض لمفهوم الخبر وطبيعته باعتبار الزاوية وحجر الأساس الذي يدور حوله المصادر . وقد اختلفت تسميات الخبر بمرور الزمن ، ومن فترة إلى أخرى ، فنجد أن مفهومه في القرن الثامن عشر يختلف عنه في القرن التاسع عشر عنه في قرننا هذا العشرين الذي نعيش فيه .

تعريف الخبر :

بما أن جميع مصادر الإذاعة تبحث عن الحصول على الأخبار ، وأن تحصل على قدر كبير منها فلا بد قبل الدخول في مصادر الأنباء أن نتعرف على طبيعة الخبر ومفهومه . .

فالخبر هو الأصل في كل شيء ، وبدون الخبر لا يتولد الرأي الذي تتضمنه الاقتراحات الصحفية والمقالات والتعليقات الإذاعية والتحليلات الإخبارية ، وبدون الخبر لا يمكن أن يتولد التحقيق

الإذاعي أو أى شكل آخر من أشكال البرامج سواء صحفية أو إذاعية
بمجالها المرئى والضوئى .

فَالْخَبَرُ هو : " سرد صحيح موقوت لأحداث وآراء وأمر من
أى نوع تؤثر فى القراء وتثير اهتمامهم "

وَالْخَبَرُ هو : " كل ما يحدث من أمور وكل ما توحى به
الأحداث وكل ما يترتب على مثل هذه الأحداث " .

وَالْخَبَرُ : " يشمل جميع أوجه النشاط الجارى التى تثير
الاهتمام الإنسانى العام ، وخير الأخبار ما أثار اهتمام أكبر عدد ممكن
من القراء " .

وَالْخَبَرُ هو " كل ما هو مجهول وأصبح معلوما " .

وَالْخَبَرُ هو : " تقرير عن أكثر الأشكال أهمية وأعظمها شأنًا
وأقربها إلى الواقع وأكثرها حداثة " .

وَالْخَبَرُ يختلف مفهومه ومضمونه من دولة لأخرى ومن نظام
إلى نظام آخر ، فالخبر طبقاً للمفهوم الاشتراكى يختلف عنه فى
المفهوم الليبرالى عنه فى مفهوم نظرية المسؤولية الاجتماعية .

مصادر الأخبار :

تلجأ دور الصحف والإذاعة بشقيها السمعي والبصري إلى مصادر عديدة حتى تحصل على الأخبار منها ، وذلك رغبة في تحقيق السبق الخبري بالنسبة لصحف وإذاعات العالم .

ونحن عند استعراضنا لمصادر الأخبار العديدة فأننا سوف نتحدث عن أهم هذه المصادر بالنسبة للإذاعات الموجهة فإلهم منها قلائل أهمية في النهاية

وأهم هذه المصادر التي تحتل المركز الأول في الأخبار العامة هي :

١- وكالات الأنباء العالمية :

لن نضيف البأحة في هذا المجال الكثير نظرا لتعرض الكثير من الأساتذة لهذا الموضوع .

(أ) الوكالتان الأمريكيتان اسوشيتد برس AP وينايتدبرسن انترناشيونال UPI وسيطران على معظم دول أمريكا الشمالية ومختلف دول العالم

(ب) وكالة رويتر Reuters البريطانية وتسيطر على دول الكمنولث البريطاني ودول عديدة في أنحاء العالم .

(ج) وكالة AFP الأنباء الفرنسية وتسيطر على الدول الناطقة بالفرنسية ودول أخرى عديدة في العالم .

(د) وكالتا تاس ونوفستى السوفيتيتان وتغطيان الإتحاد السوفيتى ودول الكتلة الشرقية ودول أخرى عديدة في العالم .

والإذاعة المصرية المشتركة في جميع هذه الوكالات ، بالإضافة إلى وكالة أنباء الشرق الأوسط .

٢- وكالات الأنباء العالمية والمحلية المصورة :

مثل وكالات فيزنيوز VisNews ، وشبكات ABC - NBC - CBS الأمريكية ITA (International T.V. Agency) المصرية .

٣- اتحاد الإذاعة العالمية :

مثل اتحاد إذاعات الدول الأوروبية ، اتحاد إذاعات الدول الآسيوية اتحاد إذاعات الدول الأفريقية ، اتحاد إذاعات الدول العربية واتحاد إذاعات الدول الإسلامية .

٤- وكالات الأنباء المحلية :

مثل وكالة أنباء الشرق الأوسط ووكالات أخرى عديدة عربية .

٥- مندوبو الإذاعة :

تعتمد الإذاعة على استقاء الأخبار على مجموعة من مندوبيها يمدونها بالأخبار العامة في الداخل ، هذا بالإضافة إلى مندوبيها في

الخارج ، وبالنسبة للمندوب الإذاعي فى الداخل فإنه يعتمد أكثر ما يعتمد على الاتصالات مع أجهزة الدولة مثل أجهزة العلاقات العامة للوزارات والهيئات المحلية والأجنبية .

والمندوب الإخبارى يعتمد بجانب حاسته السادسة التى تلاحق الأخبار على مجموعة من العوامل تساعد على تحقيق غايته وهى الحصول على عدد كبير من الأخبار عن طريق :

(أ) التقويم العام : وهو يحتوى على تواريخ الأعياد والمناسبات القومية والتاريخية والدينية ومختلف المناسبات التى يمكن نشر خبر عنها .

(ب) كبار الشخصيات والمسؤولين .

ويستطيع المندوب الإخبارى عادة أن يحصل على معلومات من هؤلاء المسؤولين كالوزراء ونواب رئيس الوزراء وكبار الشخصيات لما لهم من تأثير على أحداث المجتمع المحيط بهم .

(ج) الشخصيات الهامة التى تزور البلاد :

ويستطيع المندوب الإخبارى الحصول منها على عدد كبير من الأخبار وذلك ليضمن إمداد الإذاعة أو التليفزيون بمجموعة من الأخبار قد تحقق للإذاعة سبقا عالميا فى بعض الأحيان .

وبالإضافة إلى هذه المصادر الهامة هناك بعض المصادر الأخرى الأقل أهمية مثل ، الحصول على الأخبار عن طريق الأصدقاء والأقارب ، مرسلات الجمهورية ، مكالمات تليفونية ، والصفقات التي تكون في بعض الأحيان مصدرا من مصادر الأخبار الهامة .

٦- المراسل الإذاعي :

يعتبر المراسل الإذاعي هو مندوب الإذاعة في خارج الدولة وذلك رغبة منها في موافقتها بالأخبار الحية وقت وقوعها .

والمراسل الإذاعي يكلف الإذاعة مبلغا كبيرا لذا نجد الإذاعات الكبرى فقط هي التي تستعين بالمراسل الإذاعي نظرا للنفقات الباهظة التي يتكلفتها هذا المراسل في الخارج .

هناك العديد من المراسلين نذكر منهم ما يلي :

- (١) المراسل الخارجي الدائم .
- (٢) المراسل الخارجي المؤقت .
- (٣) المراسل الخارجي المتجول .
- (٤) مراسل الأقاليم .
- (٥) المراسل الحربي .

وكما سبق القول فإن المراسل الخارجى للإذاعة يعتبر مصدرا هاما من مصادر الأخبار تبعث به المحطة الإذاعية إلى الخارج ليوافيها بتطورات الأحداث فى الدولة المرسل إليها وما من محطة إذاعة تقدر على نفقات المراسل الخارجى إلا وتستعين بخدماته المختلفة بالرغم من اعتمادها على الأخبار التى ترسلها لها وكالات الأنباء والصحف الكبرى .

(١) المراسل الخارجى الدائم :

هو الشخص الذى ترسله المحطات الإذاعية إلى بلد من بلاد العالم ، أو إلى أى مركز إخبارى هام ليوافيها بالأخبار من هذا البلد أو ذلك المركز ، ويعتبر هذا المرسل بمثابة السفير لدى الأذاعة الذى يرى بعين مستمعيتها التى ترقب الأحداث وبالتالي فهو يكلف الإذاعة ما تبلغ ضخمة وكبيرة .

كما أنه ينبغى أن يرسل المراسل الإذاعى لمحطته الإذاعية نفس الأخبار التى ترسلها وكالات الأنباء بالرغم من أن عمل المراسل مكمل لعمل وكالات الأنباء ، ويرجع ذلك إلى عوامل اقتصادية .

والمراسل في الخارج يقوم بتغطية كافة المجالات المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفنية والإعلامية وغيرها .

بذلك نرى أن عبئا كبيرا يقع على كاهل المراسل الإذاعي للقيام بهذه الواجبات وبالتالي لابد أن تتوفر لهذا المراسل أيا كان نوعه مجموعة من الصفات نوردتها في السطور التالية :

١- الإمام الكامل بلغة الدولة التي سيعتد إليها لتغطية الأخبار ، وبالتالي يستطيع أن يخاطب أهل الدولة ويستمع إلى إذاعتها ويقرأ صحتها ومجالاتها وغير ذلك ، لأنه إذا كان غير ملم بلغة تلك الدولة يضطر إلى أن يكون له مساعدون .

وفي كثير من الأحيان يضطر إلى استئجارهم للقيام بالترجمة الضرورية له . ويمكن القول أن ذلك يبطئ من عمل المراسل ويحد من قدرته على استيعاب التطورات وتحليلها لأن لغة الدولة متى عرفها المراسل وتمكن منها يستطيع بتغطيته السريعة للأخبار أن يحقق سبقا عالميا .

٢- أن يكون خبيرا بشئون البلد التي سيعتد إليها شئونها السياسية والاقتصادية والاجتماعية وأن يكون المراسل الإذاعي على إلمام كامل وكاف بتاريخ هذا البلد وحضارته وثقافته .

٣- أن تكون لديه القدرة على خلق صلات وعلاقات وصدقات جيدة وجديدة في محل عمله ولإقامته الجديد فلا بد له أن يشارك في الحياة السياسية والاجتماعية للدولة المرسل اليها .

٤- القدرة على الحركة السريعة التي تجعله قادرا على إرسال الأخبار - ومن قبل ذلك الحصول عليها - بسرعة ، وكذلك حضور البديهة والذكاء والقدرة على الاستنتاج وأن يكون على معرفة بنظم البريد والتلكس والتلغراف والتليفون دوليا ومحليا .

٥- قدرة المراسل على الاختلاط بالآخرين والتقىة بالنفس المرتبطة بالمرونة ومستوى رفيع من السلوك مع معرفته الكاملة بالعلاقات الدولية بين دولته والدولة المضيفة له وبالتالي التعرف على الاتفاقيات السارية بين البلدين .

٦- أن يكون المراسل على دراية كاملة بفن التحرير الصحفي والتحرير الإذاعي الذي يمكنه من كتابة الموضوع أو القصة الإخبارية متوفيا العناصر جميعها كما أن عليه كذلك كتابة أهم الأحداث أو المواعيد المختلفة لمؤتمرات أو زيارات أو اجتماعات فربما يستفيد منها .

ويشكل المراسل الخارجى الدائم أهمية كبرى للإذاعة ، مثلها
مثل الصحف التى غالباً ما يكون لها مراسلون فى معظم عواصم
العالم الكبرى ،

وعلى نفس النظام فإن الإذاعات الكبرى مثل إذاعة صوت
أمريكا وهيئة الإذاعات البريطانية ومونت كارلو غالباً ما يكون لها
مراسل خارجى دائم فى عواصم العالم الهامة حتى يقوم بارسال
رسائل يومية (أو متفق عليها) حسبما ترى الإذاعة . نظراً لقيام
وكالات الأنباء فى بعض الأحيان بعدم تغطية جميع الأنباء بحياة تام ،
فغالباً ما تتعاطف هذه الوكالات تبعاً لهويتها وتذيع الخبر وفق ما يتفق
ومصلحة البلد التى تتبعها .

وعلى ذلك تعتمد الإذاعة على مراسلها الخارجى فى تغطية
أنباء معينة تهم البلد ولا تستطيع وكالات الأنباء إعطائها حقها من
الاهتمام .

والذلك فيجب على المراسل الذى تختاره الإذاعة ان يكون ملماً
بلغة البلد التى هو فيها حتى يستطيع متابعة جميع الأحداث وقراءة
مختلف الصحف والمجلات التى يستقى منها أخباره ويستطيع عن
طريقها الحصول على سبق خبرى قبل غيره من المراسلين ،

بالإضافة إلى قيامه بتغطية الموضوعات الهامة التي تناقش في ذلك البلد .

هذا وقد تلجأ بعض الإذاعات إلى المراسل الأجنبي نظرا لمعرفته بلغة البلد التي هو فيها ولكن هذا النظام غير محبب لأن ذلك المراسل لن يستطيع إرسال المعلومات التي تهم مستمعي اذاعة بنفس المقدرة التي يرسلها المراسل التابع للإذاعة نفسها .

ويقوم المراسل الدائم بإرسال موضوعاته وأخباره عن طريق عدة وسائل حتى يضمن وصولها إلى الإذاعة وإلى مستمعيها في وضوح ، ومن هذه الوسائل :

(أ) أول هذه الرسائل هي الدائرة الثنائية Two Way Circuit وهي التي تتيح للمراسل إرسال أخباره وفي نفس الوقت تسمع للإذاعة بإبلاغه برغبتها في تغطية نوعية معينة من الأحداث .

وهي تعتبر الطريقة السليمة لضمان وصول الرسائل الصوتية للمراسلين ، وهي تعتمد على موجة تجارية مخصصة لذلك ، غير موجة إذاعية تخصصها الدولة لتبادل الأخبار مع الإذاعة فتطلق عليها في هذه الحالة Duplex وهي اذاعة المتبادلة .

(ب) الوسيلة الثانية هي ارسال الأخبار من جانب واحد ، وهذه الوسيلة أرخص بكثير من الأولى ، ولا تضمن أن يعرف المراسل أن كانت رسائله قد وصلت أم لا ؟ ويتم إذاعتها على موجة خاصة يستطيع ارسال مراسلاته عن طريقها .

(ج) هناك طريقة أخرى تتبع في ارسال الأخبار وهي طريقة الصور المنقولة لاسلكيا Facsimile وهي توفر كثيرا من الوقت والجهد .

ولكنها في نفس الوقت تقتصر إلى الحيوية لعدم اعتمادها على صوت المراسل الذي يضيف الكثير من الحالية والحيوية على الأخبار أثناء إلقائها ، ولكن هذه الطريقة عبارة عن كتابة موضوع يرسله المراسل ثم يضعه في جهاز خاص ثم يقوم بتشغيله فتظهر الصورة طبق الأصل عند الإذاعة في الجهاز المماثل لديها .

وبالإضافة إلى هذه الأجهزة فقد يستعين المراسل ببسط شئ حتى يرسل مواد الأخبار التي حصل عليها ، وهو في هذا يعتمد على جهاز التلکس الذي يقوم عن طريقه بارسال مجموعة الأخبار التي دار إذاعتها .

٢- المراسل الخارجى المؤقت :

قد توفد الإذاعة مراسلا خاصا وذلك لحضور مؤتمر عالمى أو ندوة عالمية أو دورة رياضية عالمية ، وذلك لتغطية الأحداث تغطية فورية ولإعداد عدد من الموضوعات الهامة ، وهو فى هذه الحالة يعتبر مراسلا خارجيا ولكن لفترة مؤقتة تنتهى بإنتهاء الغرض الذى ذهب من أجله .

ولقد قامت الإذاعة بإيفاد مراسل خاص بها وهو الأستاذ عبد الحميد الحديدى وذلك فى عام ١٩٥٠ لحضور انعقاد الدورة الخامسة للجمعية العامة للأمم المتحدة .

ثم تتابعت الأحداث ، وفى كل مرة كانت الإذاعة ترسل مراسلا خارجيا مؤقتا لتغطية حدث من الأحداث ونذكر منها تغطية دورة مونتريال الرياضة التى قام بتغطيتها إذاعيا الأستاذ فهمى عمرو رئيس شبكة المحليات حاليا بالإضافة إلى العديد من اللقاءات السياسية الهامة .

مزايا المراسل الخارجى :

١- يعتبر مكملا لعمل وكالات الأنباء فمن المعروف أن وكالات الأنباء العالمية ترسل الأخبار إلى الإذاعات كما يحصل عليها

مراسلوها بغض النظر عن أهميتها للدولة التي ترسلها لها وبالتالي فهي تهتم بمصالح الدولة التي توجد فيها ، فوكالة رويتر تعنى بأخبار بريطانيا والدول المرتبطة بها وكذلك بقية الوكالات الأخرى .

وعلى ذلك فمن الضروري أن يتحمل المراسل الخارجى للإذاعة النقص الذى يوجد فى المعلومات المستقاة من وكالات الأنباء ويبحث بالأخبار التى تهملها وكالات الأنباء .

هذا من ناحية وعن ناحية أخرى فإن وكالات الأنباء لا تقوم بتغطية جميع الأنباء بحياد دائم ، فغالبا ما تضيع الخبر مصطبغا بمصالحها ، ولذلك تعتمد الإذاعة على المراسل الخارجى فى تغطية أنباء معينة تهملها الدولة ولا تستطيع وكالات الأنباء أن تعطىها حقها من الاهتمام وخاصة الدول النامية .

٢- يستطيع المراسل أن يمد الإذاعة بتفسير ما وراء الأحداث التى تتناولها وكالات الأنباء فى برقياتها المجردة من أى تفسير

٣- يمكن للمراسل الإذاعى أن يجرى مزيدا من التحقيقات الإذاعية المختلفة التى يرغب المستمعون فيها للتعرف على البلد الموفد إليها المراسل الإذاعى .

٤- الحياة الإنسانية مائة بعناصر الحياة المختلفة والمراسل الإذاعى فى الخارج يمكنه أن يرسل بعض الموضوعات الخفيفة والإنسانية والفنية ضمن المواد التى يرسلها إلى الإذاعة .

٣- المراسل المتجول :

الإذاعة المصرية لديها مراسل واحد فى هذا النوع ،نظرا لتكلفته الباهظة .

٤- مراسل الأقاليم :

تفتقر الإذاعة المصرية إلى هذا النوع من المراسلين نظرا لإعتمادها على تغطية أبناء العاصمة والمدن الكبرى ، ولا تعتمد على مراسلى الأقاليم بالرغم من أهمية الأخبار التى قد تهم هذا القطاع الكبير من الوطن .

ولكن تعتمد الإذاعة على ما يصل إليها من نشرات ودوريات تصدرها إدارات العلاقات العامة أو إدارات هيئة الإستعلامات ، وبالطبع لا تهتم الإذاعة بالأقاليم إلا فى حالة زيارة شخصية بارزة لهذا الإقليم فتُرسل مراسلا ليوافيها بالأخبار عن تلك الأحداث التى تقع هناك .

٥- المراسيل الجريبي أو العسكري : تعتمد الإاعة اعتمادا كبير للغاية على المراسيل الجريبي أو العسكري في وقت الحرب نظرا لقيامه بمهام صعبة يصعب على أى مراسيل القيام بها ، ذلك أنه يكون وسط القوات المتحاربة يغطي حدثا وقع أو أحداث تقع ، وكم من مرة تعرض العديد من المراسلين العسكريين للإصابة وفي بعض المرات للموت أيضا..

ولا يمكن أن ننسى دور المراسيل العسكري الذى قام بتغطية أحداث أكتوبر ١٩٧٣ سواء عين طريق الراديو أو عن طريق التليفزيون مما كان له أكبر الأثر فى رفع معنوية الشعب المصري كله وهو يشاهد قواته تعبر قناة السويس دون خسائر جسيمة وترفع بكل قوة وعزة علم مصر عاليا فوق أرض سيناء فلولاً هؤلاء المراسلون العسكريون لما استطاع شعبنا مشاهدة أعظم لحظات العمر فى عبور قواتنا المسلحة قناة السويس .

وتنتهى مهمة المراسيل العسكري بالطبع بإنهاء الحرب لأن عمله هو نقل المعلومات العسكرية وتبسيطها للمواطن العادى حتى يفهمها كل شخص .

ثانياً : قسم الإستماع السياسى

يعتبر قسم الإستماع السياسى أو الرصد الإذاعى Monitoring من أهم مصادر الأخبار التى تعتمد عليها الإذاعة المصرية فى الحصول على المعلومات والأخبار الخارجية التى تذيعها مختلف إذاعات العالم .

ولذا فإن أى إذاعة لا تخلو أبداً من قسم الإستماع السياسى نظراً لما له من أهمية قصوى ، يقوم أولاً بالإستماع إلى جميع محطات الإذاعة الكبرى والموجهة لأنها تعتبر المصدر الرئيسى لأخبار دول تلك الإذاعات والمعبرة فى نفس الوقت من اتجاهات وآراء الدولة فى هدف من الأهداف أو مشكلة دولية من المشاكل .

بالإضافة إلى ذلك نجد أن هذا القسم من الأهمية بمكان بحيث ينقل الاتجاهات والآراء والأخبار الهامة للمسؤولين حتى يكونوا على علم بجميع الأخبار العالمية التى تذيعها تلك الدولة .

بداية الإستماع السياسى :

تعود بداية أقسام الإستماع السياسى إلى سنوات الحرب العالمية الثانية حينما كانت الحرب الإذاعية على أشدها بين دول المحور ودول الحلفاء أو بين نظام (جوبلز) والنظم الإذاعية الأخرى ونستطيع أن نقول أن نظام (جوبلز) قد نجح فى بداية الحرب فى خفض الروح

المعنوية للحلفاء نظرا لما كان يذيعه من معلومات تثبط هممة قوات الحلفاء التي كانت تخصص أفراد للإستماع .

وبدأت هيئة الإذاعة البريطانية هي الأخرى فى إرسال البرامج الخاصة بقوات المحور وخاصة فى شمال أفريقيا لخفض الروح المعنوية للقوات الإيطالية هناك .

وبالفعل فقد تقدم قسم الإستماع السياسى التابع لهيئة الإذاعة البريطانية حتى أنه أصبح من أحسن أجهزة الإستماع فى العالم ونظرا لأن العمل فى هذه الأقسام يتطلب الدقة وحسن الإستماع إلى البرامج فقد شغل قسم الاستماع السياسى البريطانى قصرا كبيرا من قصور القرن التاسع عشر وسط مزرعة كبيرة تبلغ ١٢ فدان لكى يكون بعيداً عن المؤثرات الإليكترونية وغيرها مما قد يؤثر على عملية الإستماع.

وهذا القصر موجود فى مدينة رينج Reading على بعد ٤٠ ميلا من لندن ويسمى قصر حديقة كافرشام . Coversham وعدد العاملين به ٤٠٠ موظف.

أما بداية إنشاء قسم الاستماع السياسى بمصر فيرجع إلى عام ١٩٤٧ حينما طلبت وزارة الخارجية بصفة غير رسمية من الإذاعة

المصرية الإستماع إلى كل ما يذاع عن الأسرة المالكة في ذلك الوقت
في إذاعات الأجنبية

ولكن مع قيام حرب فلسطين عام ١٩٤٨ تمكن قسم الاستماع
السياسي من القيام بمهمته الأساسية وهي الاستماع إلى الأخبار
والأحداث الهامة وتسجيلها وإرسالها للمستولين . وبالطبع كانت البداية
متواضعة من حيث الإمكانيات لكن مع تطور الزمن ذات هذه
الإمكانيات وذات كفاءة القائمين بهذا العمل .

وقسم الاستماع السياسي بجانب وجوده في الإذاعة ، نجد أنه
من أهم الأقسام في الصحف ، وكما أن الإذاعة المصرية كانت أولى
الإذاعات العربية التي تنشئ مثل هذا القسم في العالم العربي .

فإن الصحافة المصرية هي الأخرى كانت سابقه إلى إنشاء
مثل هذه الأقسام في صحفها في منتصف الأربعينات وأول هذه
الصحف كانت صحيف (المصري) التي دأب الأستاذ ميخائيل عزيز
رئيس قسم الاستماع السياسي في أخبار اليوم بعمل تجارب للتصنت
على إذاعات العالم وذلك من خلال جهاز مرس البسيط التركيب ثم
تبعته مؤسسة أخبار اليوم في أوائل الخمسينات ثم مؤسسة الأهرام
التي أصبح لها شأن كبير في هذا المجال .

ولحل من أبرز وظائف قسم الاستماع السياسى ما يلى :

١- يعتبر القسم من ابرز مصادر الأنباء للإذاعة فهو دائم الاستماع إلى الإذاعات الكبرى والموجهة .

٢- القسم بمثابة عين النقاد التى من خلالها ترى الدولة أصدقائها وأعدائها .

٣- يقوم القسم بنقل الأخبار والمعلومات الهامة إلى المسئولين لكي يكونوا على علم بها ودراية بالأخبار العالمية التى تذيعها إذاعات تلك الدول

٤- لا يقتصر وظيفة قسم الاستماع على مجرد تسجيل الأخبار السياسية ولكنه يعتبر بمثابة سجل لمعرفة حياة وتاريخ دول معينة ، فالحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية تعكسها تلك الإذاعات ويظهر ذلك واضحا فى إذاعات الدول النامية .

"أسس نجاح أقسام الاستماع السياسى"

نظرا لأهمية هذه الأقسام فى الإذاعات والصحف ، كان لابد

أن يقوم به :

١- موظفون على درجة كبيرة من اليقظة . ونقصد بها اليقظة الإخبارية . أو بمعنى آخر الإدراك الحسى لبعض الأخبار ، وذلك

حتى لا تفوته أقل هفوة من النشرة الإخبارية لدولة من الدول أو تحليل من التحليلات السياسية التي يحصل من خلالها على معلومات تفيد الدولة .

٢- بالإضافة إلى ذلك التيقظ الدائم ، لابد من إلمام العاملين بذلك القسم باللغات الأجنبية حتى لا تفوتهم كلمة من الكلمات التي يصعب عليهم فهمها ، صحيح أنه يتم تسجيل النشرات والتحليلات الإخبارية والاستماع إليها مرة ومرات ولكن لابد أن يكون مستمع النشرة على علم تام بكل مفردات ومعاني اللغة التي يستمع إليها .

٣- قدرة هؤلاء الموظفين على تحليل هذه الأخبار والمعلومات ومعرفة الأخبار التي تكون أخباراً فعلية أو شائعات في صورة أخبار .

٤- معرفتهم بالناحية الفنية للجهاز الذي يستمعون إليه حتى إذا حدث له أي تشويش أمكنهم أن يقوموا بضبط الجهاز حتى يكون في أحسن صورة .

٥- معرفة القائمين بالعمل بأصول فن الترجمة ، وليست الترجمة هي نقل كلمة من مكان كلمة أو لفظ مكان لفظ ، وإنما هي ترجمة معاني لغة إلى لغة أخرى .

فالقائم بالاستماع لابد أن تتوافر له المعلومات الكثيرة في مختلف فنون وأشكال المعرفة ، فلا بد من معرفة معاني علوم

التكنولوجيا والفن والسياسة والأدب والتجارة وغيرها من الفنون وهذا ما يساعد على ما سبق أن أشرنا إليه ، ألا وهو إتقان اللغات الأجنبية لأن إتقان اللغة يجعل الشخص يعرف معنى الكلمات التى يترجمها ، ويحسن نقلها إلى لغته .

٦- التميز بسرعة الحركة والجدية فى العمل وسرعته الفورية بحيث يكون قادرا على تمييز الأخبار الهامة والضرورية من تلك غير الهامة حتى يمكن أن يعطى رئيس الدورة الخبر الهام ، ويرسله إلى غرفة التحرير ثم إلى الميكرفون بسرعة .

٧- الصدق فى نقل الخبر بمعنى أن يكون صادقا فى ترجمة الخبر .

٨- أن يكون مؤهلا تأهيلا جامعا وأن يكون متقفا ومطلعا كلما كان أقرب إلى العالم السياسى وقضايا الدول السياسية وغيرها ، لذا لابد من الاهتمام بتعيين خريجين على مستوى جيد والأفضل الإفادة بخريجى كلية الإعلام .

٩- أن يكون له حس سياسى ويعلق الاستاذ المصرى على هذا الحس بأنه مدى قدرة القائم بالعمل على أن يعيش فى خضم المشاكل السياسية وقدرته على التحليل والتعليق واستخلاص النتائج .

وذلك بطبيعة الحال لا يمكن أن يتوافر إلا إذا كان لدى العامل خلفية سياسية كبيرة . ويتصل بالحس السياسى أن يكون لديه وعى سياسى يستطيع أن ينقل المسائل السياسية كما استمع إليها

١٠ - لمدنومة على القراءة والإطلاع حتى يكون شخصية تعافية لها وزنها

١١ - أن يتصف بحضور البديهة

١٢ - لابد من المام العاملين باللغات الأجنبية حتى لا تقوتهم كلمة من الكلمات التي يصعب فهمها ، ويجب تسجيل النشرات وتحليلها والاستماع إليها مرة ومرات .

ولكن لابد من أن يكون مستمع النشرة على علم كامل بمفردات اللغة التي يستمع إليها لأن في اللغات الكثير من المعاني للكلمة الواحدة ، وعلى ذلك فلا بد أن يكون على مقدرة عالية من معرفة اللغة ومن ترجمة هذه اللغة إلى لغة بلده .

وترجمة الأخبار تختلف اختلافا كبيرا عن ترجمة الشعر أو الأدب أو القصة ، فمترجم الأخبار الناجح هو الذي يصل إلى أقرب نقطة من الإمام العقلي للواعي المدرك لظروف الحادث .

وكما سبق القول فإن على القائمين بالاستماع أن يتميزوا بالحسن المزهف لكل الأخبار الجديدة والتطورات المفاجئة .

والقدرة على تحليل الأخبار والمعلومات ومعرفة ما إذا كانت الأخبار أخبارا حقيقة أم أنها مجرد شائعات في صورة أخبار .

الخدمات المختلفة التي يقدمها قسم الاستماع :

يقوم القسم بالاستماع من الساعة السادسة صباحا حتى الساعة الثانية بعد منتصف الليل أى فترة عشرين ساعة مقسمة هذه الفترة إلى أربع دورات مدة كل دورة ٥ ساعات ولكن دورة متن المحررين كما أن رئيس تحرير كل دورة يتسلم عمله فى بداية الدورة فتقسم الدورات كالآتى :

١- ١١ صباحا

١١- ٤ ظهرا

٤- ٩ مساء

٩- ٢ صباحا

ويتم الاستماع فى كل دورة إلى عشرين محطة إذاعة يخصص كل فرد للاستماع إلى محطة إذاعية ويكون حاصل المجموع ٣٠ محطة لأن كل دورة بها ٦ محررين وإذا ما أنتهى إرسال محطة ما ينقل العامل إلى محطة أخرى يتقن لغتها وهكذا تتوالى الدورات فى قسم الاستماع السياسى ويقوم بتوزيع العمل على المحررين الستة رئيس الدورة أو رئيس التحرير وإذا ما تأخر أحد العاملين أو حدث له طارئ يقوم رئيس الدورة بالاستماع إلى الإذاعة الموطدة بالعامل الغائب .

ويتم التوزيع على المحطات حسب الامكانيات الموجودة وعند العائلين في القسم ولقسم الاستماع طبيعة خاصة وهو أنه دائم الاهتمام والجري وراء الأحداث وربما يكون ذلك سببا في تتبع الدولة عن طريق إذاعتها لمدة قد تطول وقد تقصر حسب أهمية الحدث ويصرف العامل النظر عن الاستماع إلى بعض المناطق الباردة أو ما يطلق عليها Dead Zone والذي يحدد ذلك بطبيعة الحال هو الحس السياسي للموظف الإذاعي داخل الكينة .

وترجع أهمية أقسام الاستماع السياسي إلى اكتشاف عدد من الإذاعات السرية التي تم توجيهها إلى مصر عقب نجاح ثورتها في عام ١٩٥٢ وهذه الإذاعات تبدو للمستمع وكأنها تنبع من بلده وتعمل لمصلحته وذلك لأنها تستخدم مواجتي الإذاعة المحلية في الفترات التي يتوقف فيها الإرسال وهي توحى للمستمع أنها تعمل من أجل حريته واستقلاله أو من أجل هدف يسعى إليه .

ولذا فإن الاستماع السياسي مراكز للإستماع من أهميتها مركز استماع في مرسى مطروح لمتابعة الإذاعات الموجهة سواء الأجنبية أو العربية .

○ الإذاعات الدولية الموجهة للعالم العربي .

بعد العالم العربى من المناطق التى تتركز عليها الإذاعات الدولية نظرا لأهميته على المستوى الدولى ؛ بالإضافة إلى تصارع القوى عليه ، ونظرا لأن الإذاعات الدولية وسيلة من وسائل السياسات الخارجية للدول فقد تأثرت هذه الإذاعات بالسياسات التى تخدمها بشكل أو بآخر رغم ادعاء بعضها أنها تسعى للموضوعية والعرض الدقيق للوقائع .

إلا أن تحليل مضمون ما تدعيه هذه الإذاعات يقول عكس ذلك غاية الأمر أن هذه الإذاعات اكتسبت خبرة طويلة فى ممارستها بالإضافة إلى إمكانياتها البشرية والمادية والتكنولوجية ، مما جعلها تنقل الخط الدعائى بشكل منحكم ومغلف ، وكثيرا ما يجد أثره لدى المستقبلين على عكس الحال بالنسبة للإذاعات الموجهة إن وجدت - فى عدد من الدول النامية حيث تنقصها الخبرات والإطارات مما يقلل من أثرها لدى المستقبلين لها .

وهناك العديد من الإذاعات الدولية الموجهة للعالم العربى ، وسنركز هنا على أهم هذه الإذاعات وهى الإذاعة البريطانية BBC

وصوت أمريكا وإذاعة مونكو وإذاعة صوت كارثوا وإذاعة إسرائيل
للموجهة باللغة العربية .

**** هيئة الإذاعة البريطانية ****

بدأت الإذاعة البريطانية في توجيه إذاعات باللغات الأجنبية
عام ١٩٣٨ وذلك باللغات العربية والأسبانية والبرتغالية ثم الفرنسية
والألمانية والإيطالية أي أن القسم العربي في هيئة الإذاعة البريطانية
قسم يبشئ لغة غير الإنجليزية وأنشأ في أول الأمر لمواجهة الدعاية
الإيطالية والألمانية الفعالة وكان ذلك قبل قيام الحرب العالمية الثانية
وكان الهدف من هذه الخطوة إيجاد رابطة بين بريطانيا الاستعمارية
ومستعمراتها العربية .

ولا زالت بريطانيا تهتم بالقسم العربي في الإذاعة البريطانية ،
حتى الآن ولذلك فهو يحتل المرتبة الثانية من حيث الاهتمام بـ الخدمة
الدولية لهيئة الإذاعة البريطانية باللغة الإنجليزية .

ويقدر المستمعون لهذه الإذاعة بالملايين في العالم ، ويزيد من
أهميتها أن العرب يتمتعون بخصائص معينة منها : عادة الاستماع
للإذاعات الأجنبية وفي مقدمتها هيئة الإذاعة البريطانية ويساعد على

ذلك خصائص وسائل الإعلام العربية وسعى المواطن العربي للحصول على أكثر من رأى وأكثر من موقف وقد لا يجد ذلك فى وسائل الإعلام العربية بالإضافة إلى مضمون البرامج واعتمادها على خبرات عملية ذات مران طويل كما أنها تضع الفرد العربى فى قلب الأحداث من خلال الرسائل الحية التى تنيعها لمراسليها من مختلف أنحاء العالم ، واستعانته بالخبراء والمتخصصين فى الشئون الدولية وإذاعتها العديد من البرامج السياسية والترفيهية والثقافية والاجتماعية بل مراعاتها للدين الإسلامى وذلك بإذاعة بعض الآيات القرآنية ويلاحظ أنها تستعين بفريق من العرب الذين يتولون العمليات الإذاعية

وقد كانت مغامرة السويس ١٩٥٦ مؤشرا للحكم على مدى موضوعية هذه الإذاعة من عدمه فقد أثبتت هذه الإذاعة أنها كانت ولا زالت أداة من أدوات السياسة البريطانية وقدمت كما فى وسعها للدفاع عن السياسة البريطانية فى ذلك الوقت .

وبين وقت وآخر وجهت حملات ضد هذه الإذاعة فى بعض الدول العربية بل وصل الأمر إلى حد الدعوة لمقاطعتها ومناشدة المذيعين العرب بالتخلى عن أعمالهم فيها كما أنها كثيرا من تتعرض لأعمال التشويش نظرا لتشويشها للوقائع أو تغلب وجهة نظر على آخرى بشكل مموه .

ورغم وجود إذاعة صوت أمريكا باللغة العربية فإن المستمع العربى لازال يولى اهتمام أكبر بالإذاعة البريطانية باللغة العربية بحكم تعوده على ذلك ، بالإضافة إلى الدور التاريخى التقليدى لهذه الإذاعة فى المنطقة حيث أنها أقدم من إذاعة صوت أمريكا الموجهة باللغة العربية

**** إذاعة صوت أمريكا ****

توجه إذاعة صوت أمريكا خدمة باللغة العربية إلى العالم العربى وفى جزيرة رودس يوجد جزء من الأفراد الذين يعملون فى إذاعة صوت أمريكا الموجهة للعالم العربى وتعد هذه الإذاعة من أكبر أجهزة الدعاية الأمريكية .

ويلاحظ أن تغطية هذه الإذاعة للأخبار العالمية ، بالإضافة إلى التعليقات والتحليلات تعكس السياسة الخارجية الأمريكية ، ويمكن القول أن التزامها بالسياسة الأمريكية أكثر وضوحاً من التزام هيئة الإذاعة البريطانية بالسياسة البريطانية ويؤخذ فى الاعتبار الدور الدولى للولايات المتحدة كأكبر قوة فى العالم .

وتتبع إذاعة صوت أمريكا هيئة استعلامات أمريكا والأخيرة بدورها على علاقة وثيقة بالمخبرات الأمريكية .

ويذيع صوت أمريكا ٤٩ ساعة أسبوعيا باللغة العربية بينما يلاحظ أن الاتحاد السوفيتي هو الهدف الأول لهذه الإذاعة أن توجه إليه برامج لمدة ١٦٨ ساعة أسبوعيا وهذا يشمل البرامج الموجهة لدول البلطيق وجمهوريات جورجيا وأكرانيا وأزبكستان وأرمينيا بلغاتها المحلية ويلى ذلك اللغة الصينية حيث يذاع بها لمدة ٧٠ ساعة أسبوعيا واللغة الفيتنامية لمدة ٥٦ ساعة أسبوعيا .

أما الإذاعة الموجهة بالأسبانية فتذاع لمدة ٤٩ ساعة أسبوعيا أى مثل اللغة العربية أما دول أوروبا الشرقية باستثناء الاتحاد السوفيتي فتوجه إليها الإذاعات لمدة ٨٧ ساعة و ٣٠ دقيقة أسبوعيا .

ويلاحظ أن أكبر بث إذاعي من صوت أمريكا الموجه إلى كل أجزاء العالم تقريبا يتم باللغة الإنجليزية ويبلغ ٢٢٢ ساعة أسبوعيا ويسمع جزء منه في الاتحاد السوفيتي وأوروبا الشرقية .

وتبين هذه الأرقام تركيز صوت أمريكا على دول الكتلة الشيوعية ويلى ذلك الإذاعات الموجهة بالعربية والأسبانية عكس هيئة

الإذاعات البريطانية حيث أن الإذاعة العربية تحتل المرتبة الأولى بين الإذاعات الدولية بعد الخدمة الدولية باللغة الإنجليزية ويرجع ذلك بطبيعة الحال إلى الدور العالمي للولايات المتحدة كقوة كبرى وتصارعها مع الاتحاد السوفيتي

وقد قال السيد / سيربان فاليمارسكو Serban Vallimarescu

نائب مدير إذاعة صوت أمريكا ردا على سؤال خاص بمدى تأثير الوفاق على سياسة صوت أمريكا فقال بينما لا يوجد تغيير في سياسة صوت أمريكا فقد طرأت بعض التغيرات في تكتيكات الإذاعة .

وقد جاء في تقرير اللجنة الرئيسية الخاصة بالإذاعات الدولية The Presidential study Commission on International Radio Broadcasting الذي نشر عام ١٩٧٣ .

إن وظيفة صوت أمريكا تختلف عن راديو أوروبا الحرة - الموجهة لدول أوروبا الشرقية و راديو الحرية - الموجه للاتحاد السوفيتي - فصوت أمريكا يعد الصوت الإذاعي الرسمي لحكومة الولايات المتحدة الأمريكية وتحتوي برامجه على قليل من المعلومات عن التطورات الداخلية في الدول الموجه إليها .

أما راديو أوربنا الحرة و راديو الحرية فيقدم كل منهما للمستمعين في هذه الدول المعلومات والاتجاهات والمواقف داخل بلادهم والتطورات الدولية التي تهم هؤلاء المستمعين .

ويعد هذا سببا يفسر إقبال المستمعين في الدول العربية بشكل أكبر على هيئة الإذاعة البريطانية حيث أن حدة الموقف الرسمي غير واضحة في هيئة الإذاعة البريطانية إذا قورنت بإذاعة صوت أمريكا

**** إذاعة موسكو ****

تعد الرسائل الإعلامية الثورية السوفيتية أول رسائل من نوعها يتم تسجيلها في تاريخ الدعاية اللاسلكية وبذلك بدأ راديو مجلس قوميسارى الشعب عهدا جديدا في ٣٠ أكتوبر و ١٢ نوفمبر بالتقويم الجديد ١٩٤٧. ، واتخذ ذلك أيضا طابعا دوليا فقد عمل على أن يصل إلى الثوريين في أوربا ولا سيما العمال ، وفي مناسبات نادرة كانت هذه الرسائل الدعائية توضح باللغات الأجنبية .

ومنذ ١٩٢٩ كان يذاع بانتظام من إذاعة موسكو بالألمانية والفرنسية ومنذ ١٩٣٠ بالإنجليزية والبولندية ، وكان ذلك يسير في

إطار السيطرة الصارمة للجنة المركزية الحزب الشيوعي على الإعلام
إذ اعتبر لينين أن الراديو صحيفة بلا ورق وبلا حدود ولذلك كان
الاهتمام بدور الراديو فى النظام الشيوعية .

وقد تطور حجم الإذاعات الدولية فى الاتحاد السوفيتى فى عام
١٩٤٨ أذاع الاتحاد السوفيتى للخارج حوالى ٢٨٠ ساعة أسبوعيا وفى
عام ١٩٧٣ أذاع للخارج حوالى ١٩٥٠ ساعة أسبوعيا وتوجد فى
الوقت، الحالة برامج موجهة به ٨٤ لغة

وفى عام ١٩٧٠ قدرت موازنة الإذاعات الدولية السوفيتية بـ
٦٢ مليون روبل مما يوضح ضخامة الاتفاق الموجهة للدعاية الدولية

وتعد إذاعة موسكو الموجهة باللغة العربية الهامة التى تركز
عليها الدعاية السوفيتية وقد أهتم السوفيت بدور الإذاعة باللغة العربية
ولا سيما عندما زادت أهمية العالم العربى فى السياسة السوفيتية ، وقد
جاء ذلك فى أعقاب استقلال الدول العربية وتطور هذا الاهتمام مع
تطور العلاقات السوفيتية العربية .

وتعاني إذاعة موسكو الناطقة بالعربية كغيرها من الإذاعات الدولية السوفيتية من نقص في عدد مستقبليها باستثناء الشيوعيين في العالم العربي وهم يشكلون نسبة ضئيلة .

وتتميز الإذاعات الدولية السوفيتية كغيرها من الإذاعات الشيوعية بأنها تكاد تكون ترجمت بشكل أو بآخر للإذاعات الداخلية أى الموجية داخل هذه الدول فتذيع البيانات والقرارات والتعليقات الطويلة والمميزة بالألفاظ الأيدلوجية والشعارات الشيوعية دون الأخذ في الاعتبار خصائص مستقبلها وكيف أنهم يختلفون عن المستقبل الشيوعي داخل النظم الشيوعية ومن هنا كانت مشكلة هذه الإذاعات أنها تعاني من نقص في التصديق .

كما أن إذاعة موسكو الناطقة بالعربية كغيرها من الإذاعات الدولية الشيوعية يغلب فيها التعليق على الخبر كما أن أخبارها لا تقسم بالسبق المختلفة وفي هذا الإطار تدس البرامج السياسية المباشرة وغير المباشرة التي تخدم السياسة الإسرائيلية .

٦- التخطيط للإذاعات الموجهة :

إن عملية إنشاء إذاعة موجهة ناجحة ليست أمراً هيناً وميسوراً كما قد يتصور البعض ، كما أن ارتفاع عدد الإذاعات الموجهة في عالمنا اليوم ليس دليلاً على نجاحها . فكثيرة هي تلك الإذاعات التي توجه إرسالها صباح مساء لمخاطبة جماهير أجنبية ... ولكن كم منها يلقي قبولاً لدى الجماهير .

وإذا كان التخطيط لوسائل الاعلام على المستوى المحلي أمراً ميسوراً - بعض الشيء - فإن الامر مختلف تماماً حين يتعلق بالإذاعات الموجهة التي تعمل على المستوى الدولي ، فتلك الإذاعات - عادة - تخاطب جمهوراً أجنبياً غريباً عنها ، أو في أحسن الأحوال يحيش في بثية مختلفة . ويقاس نجاح الإذاعة بمدى قدرتها على النفاذ إلى الجمهور المستهدف والتأثير فيه وفق خطط وأهداف محددة ومخطط لها مسبقاً .

وباختلاف نوعيات الجماهير التي تسعى الإذاعة الموجهة لمخاطبتها والتأثير فيها ، واختلاف الظروف التي تعمل الإذاعة في ظلها - كحالات السلم والحرب - تختلف طبيعة الإذاعة

الموجهة ، وأساليب مخاطبتها لتلك الجماهير ، وكيفية صياغة وتخطيط برامجها ، واختيار العاملين فيها والمهام الموكلة لكل منهم..

لذا فإن الدول والمنظمات المختلفة لا تتشئ اذاعاتها الموجهة بشكل عفوى ، وإنما بتخطيط مسبق دقيق وواضح يقوم على أساس دراسة وبحث الجماهير والتعرف على أنماطها وأذواقها وعاداتها فى الاستماع ، ومدى تعرضها لوسائل الاعلام الأخرى إضافة إلى دراسة إمكانيات الاذاعة سواء من الناحية الفنية أو البشرية .

... وهكذا فإن التخطيط للعمل فى الاذاعة الموجهة يخضع لعدد من الاسس التى تصاغ فى ضوءها الرسالة الاعلامية ، ويتحدد الشكل الفنى الذى تقدم به . ويمكننا أن نحدد تلك الاسس فيما يلى :

- ⊙ تحديد الجمهور المستهدف ودراسته .
- ⊙ تحديد اللغة التى سيتم البث بها .
- ⊙ تحديد ساعات الارسال والتوقيت المناسب للبث .

- Ⓒ اختيار القائم بالاتصال .
- Ⓒ تحديد مضمون البرامج .
- Ⓒ مراعاة عناصر المناقشة الاخرى .
- Ⓒ مراعاة عوامل الجذب للاذاعة .

١ - تحديد الجمهور المستهدف ودراسته :

إن أى عمل إذاعى يمكن الحكم عليه من خلال قدرته على الوصول إلى أكبر قدر من الجمهور المستهدف . ومن هنا كانت دراسة جماهير المستمعين والتعرف عليهم أهم نتائج النجاح لخدمة إذاعة . ويرتد الأمر أهمية وتنويعه حين يتعلق بالاذاعات الموجهة ، وذلك أن الجمهور المستهدف لها - فى العالم - جمهور اجنبى غريب لا تربطه بالعاملين بالاذاعة رواسط ثقافية وفكرية ووجدانية مشتركة .

وتولى الاذاعات الموجهة من الدول الكبرى اهتماماً كبيراً بإجراء بحوث الاستماع على جماهير مستمعيها فى جميع أنحاء العالم ، وتهتم بفقر احتياجاتهم وطلباتهم ، وتعدل بناء عليها من

برامجها وأساليب تنقيتها . ومن ثم تخطط الاذاعات برامجها وفق أسس ثابتة ومحددة ، وبناء على دراسة متعمقة لمستمعيها .

وتشكل عملية دراسة وقياس جماهير الاذاعات الموجهة مهمة غاية في الصعوبة ، نظراً لما تتطلبه من امكانيات ضخمة مالياً وبشرياً وتقنياً تنوء بحملها اذاعات الدول الصغيرة التي تغلغل - تعلم في الظلام - مسترشدة ببعض ما قد يصلها من خطابات من بعض مستمعيها ، تحمل طلباتهم ومقترحاتهم وآرائهم في برامجها ... وهو أمر لا يمكن إعتباره - بأي حال - رنود فعل حقيقية أو مؤشرات صحيحة على مدى نجاح الاذاعة وشعبيتها .

٢ - تحديد اللغة التي سيتم البث بها :

تسعى الاذاعات الموجهة إلى الوصول لمستمعين مستهدفين في مناطق معينة من العالم . ويشكل اختيار اللغة ملائمة لمخاطبة تلك المناطق عائقاً رئيسياً أمام تلك الاذاعات . إذ أن نجاح الاذاعة في اختيار اللغة الملائمة يعد عاملاً هاماً في تحديد كم أولئك الذين سوف يستمعون اليها ومن ثم يناثرون بها . وفي حالات كثيرة

تواجه بعض الدول تلك المشكلة حين تريد التوجه بإذاعاتها إلى مناطق بعيدة يتحدث أهلها العديد من اللغات واللهجات المختلفة .

ويكون التساؤل بأي اللغات نبدأ ؟! فالبعد الأفريقي لمصر ، وإنتمائها للقارة الأفريقية جعلها تهتم وبشكل رئيسي بتوجيه إذاعاتها لمخاطبة الشعوب الأفريقية ... ولكن تعدد اللغات واللهجات التي تتحدث بها تلك الشعوب كان عائقاً وعبئاً كبيراً على الإذاعات المصرية الموجهة ، حيث توجه مصر إذاعات لأفريقيا بأكثر من إحدى عشرة لغة مختلفة !!

ثم إن اختلاف اللغات يشكل عائقاً آخر أمام نجاح الإذاعات الموجهة ، ذلك أن اللغة ليست - فني حقيقتها - مجرد أداة للاتصال فحسب ، بل إنها أداة للتعايش . ولكل لغة تعبيراتها ومصطلحاتها ومعانيها الدلالية التي لا يفهمها سوى أصحابها مهما توفرت للآخرين إمكانية دراستها ، وكثيراً ما تتجم مشكلات عديدة نتيجة للتباين الدلالي للكلمات والمعاني التي تبثها الإذاعات الموجهة خارج الحدود .

وتتغلب الاذاعات الموجهة على ذلك باستخدام مذييعين ومقدمي برامج من أبناء الدول التي توجه اليها ارسالها وذلك ضماناً لتحقيق أكبر قدر من المشاركة الوجدانية مع الجمهور المستهدف الا أن هذا أمر يتطلب اعتمادات مالية ضخمة لا تتوفر لكل الاذاعات الموجهة .

٣ - تحديد ساعات الارسال والتوقيت المناسب للبث :

ينبغي أن يقوم المخططون للعمل الاذاعي الموجه باجراء دراسات متعددة لقياس أفضل فترات الاستماع لدى الجمهور المستهدف بحيث تختار الاذاعة أفضل تلك الاوقات التي يمكن لها أن تلبث رسالتها . ويراعى في ذلك فروق التوقيت بين الدولة الباثة والمناطق المستهدفة . كما يراعى مواعيد بدء وانتهاء الارسال الاذاعي للخدمات المحلية في تلك المناطق والخدمات الاذاعية الاخرى المنافسة على الوصول إلى نفس الجمهور .

وبعد قرار تحديد ساعات الارسال الموجهة لكل لغة قراراً فوقياً تقوم به السلطات العليا المشرفة على الاذاعة سواء كانت

الدولة أو الحزب أو المؤسسة التجارية وقد أثبتت التجارب أن ثمة علاقة طردية بين تدهور العلاقات السياسية بين الدول المختلفة وارتفاع ساعات الإرسال للإذاعات الموجهة فيما بينها . وحتى وقت قريب كانت الإذاعات الموجهة بين دول الكتلتين الغربية والشرقية مؤشراً وبارومتراً لقياس العلاقات فيما بينهما . فالدول الصديقة والحليفة لا توجه إذاعاتها إلى بعضها البعض ، وفي عام ١٩٦٨ أوقفت هيئة الإذاعة البريطانية إرسالها الموجه باللغة العبرية ، وقد تمت أسباباً لذلك جاء فيها : أن الاسرائيليين يرفضون الاستماع إلى الإذاعات الموجهة اليهم بالعبرية ، وإذا أرادوا الاستماع لإذاعات أجنبية فإنهم يفضلون تلك التي تتحدث بلغات أجنبية ذلك أن معظمهم ينتمون إلى أصول أوربية ويجيدون تلك اللغات ، وقد علق مسئول في هيئة الإذاعة البريطانية على وقف الإرسال بالعبرية بقوله « انه لا توجد لبريطانيا مصالح في اسرائيل تستدعي ان تكون لها إذاعة موجهة بالعبرية » .

٤ - إختيار القائم بالاتصال :

قلنا أن خلق المشاركة الوجدانية بين الجمهور المستهدف والعاملين بالاذاعة الموجهة يعد عاملاً هاماً من عوامل نجاحها ... ومن هنا تتبع أهمية إختيار أولئك الذين يعدون ويقدمون البرامج . ولقد كانت الاذاعات الموجهة من بريطانيا سبابة إلى استخدام مذيعين ومقدمي برامج من أبناء الدول التي توجه اليها ارسالها ، كما استخدمت الاذاعة اليابانية عدداً من أسرى الحرب من دول الحلفاء - أبان الحرب العالمية الثانية - وذلك لاعداد وتقديم برامجها الموجهة إلى تلك الدول . وقد أخضعتم - بالطبع - لرقابة شديدة .

ويساعد هذا الأسلوب على زيادة درجة مصداقية الاذاعة ، ذلك أن المصبر الذي يشترك مع المستقبل في الاتجاهات والآراء يصبح أكثر مصداقية لديه .

وربما يظن البعض أن أولئك الذين تستخدمهم الاذاعات الموجهة من أبناء الدول المستهدفة لا يشترط فيهم أن يكونوا من العاملين في مجال العمل الاذاعي أو من المتخصصين كما يحدث

فى الاذاعات الموجهة من الدول النامية . وهذا خطأ . ذلك أن الاذاعات الموجهة ولاسيما من الدول الكبرى تستقطب للعمل فيها متخصصين من قوى الخبرات الاذاعية السابقة وتعد لهم دورات تدريبية مكثفة ، بل إن كثيرين منهم يكونون من كبار الاذاعيين فى بلدانهم بما يضمن أكبر قدر من النجاح لبرامجهم . فمذيعوا اذاعتى لندن ومونت كارلو الموجهتين باللغة العربية - مثلاً - يشكلون خليطاً من أبناء الدول العربية المختلفة ، وكثيرون منهم أمضوا سنوات طويلة أمام الميكروفون فى اذاعات بلدانهم .

وعلى العكس من ذلك نجد أن الاذاعات الموجهة من الدول النامية (ومن بينها الدول العربية) صوب الشعوب الاخرى تستخدم مذيعين ومقدمى برامج من أبناء الشعوب المستهدفة ، إلا أنهم يفتقرون إلى الخبرة الاذاعية ، ذلك أن معظمهم يكونون من طلاب المنح الدراسية فى جامعات الدولة صاحبة الاذاعة ، ومن أبناء الجاليات الاجنبية المقيمة فيها . وهم وإن توفر فيهم عنصر المشاركة الوجدانية مع المستمعين فإن افتقارهم للمهارات الاذاعية اللازمة ينعكس سلباً على مدى تأثير تلك الاذاعات !!

٥ - تحديد مضمون البرامج :

تسعى كل اذاعة موجهة إلى تحقيق جملة من الاهداف وفق خطة مسبقة يجرى اعدادها بناء على دراسات مستفيضة لجمهور مستمعيها . وتتطلب عملية اعداد خريطة البرامج لاية اذاعة موجهة دقة متناهية وخبرة كبيرة ، ذلك أن أى خطأ فى الخطة قد يعصف بجهود الاذاعة ككل . ولا يقتصر الامر على نوعية ما تقدمه الاذاعة من برامج ومواد فحسب، بل الاهم هو توزيع تلك البرامج على الخريطة الاذاعية ، ذلك أن أذواق المستمعين واستعداداتهم الذهنية للتلقى تختلف من فترة لآخرى . وقد أثبتت الدراسات ان حجم جمهور مستمعى أى برنامج اذاعي يتأثر بشكل مباشر بمدى شعبية البرنامج الذى يسبقه والبرنامج الذى يليه .

وقبل أن تضع الاذاعة خريطة برامجها لابد وأن يكون واضحاً أمامها دوافع الجمهور للاستماع اليها حتى تستطيع أن تتجاوب مع تلك الدوافع وتليينها . فالمستمع للاذاعات الموجهة قد يسعى إلى ذلك لتغطية ما ينقصه فى اذاعاته المحلية ، ولعل هذا يفسر ارتفاع معدلات الاستماع للاذاعات الاجنبية فى أوقات

الحروب والازمات حين لا تقوى بعض الاذاعات المحلية على تقديم حقائق الاحداث لسبب أو لآخر . وحين يشعر المستمع أن إذاعته المحلية لا تقدم وجهات نظر معقولة ومقنعة لتغطية الاحداث ، ولا تعكس الاوضاع السياسية والاقتصادية السائدة في مجتمعه بصورة حقيقية فإنه يسعى للحصول عليها من مصادر اجنبية تكون الاذاعات الموجهة من أهمها . فكلما زادت إجراءات الرقابة على وسائل الاعلام الوطنية زاد معها الاقبال على الاذاعات الموجهة . وتسعى الاذاعات الموجهة من الدول الكبرى صوب الشعوب الاخرى إلى اللعب على هذا الوتر المهم والحساس حين تقدمه على المستمع من المواد والبرامج والاذاعات التي لا يجد لها مثيلاً في وسائل إعلام المحلية ، وتحدثه عن أوضاع بلاده - بصراحة ووضوح - أكثر عشرات المرات مما تقدمه وسائل اعلامه المحلية ، وحتى وقت قريب كانت إذاعات راديو الحرية وأوربا الحرة الموجهتان من الولايات المتحدة الامريكية لمخاطبة السوفييت تحظيان بمعدلات استماع عالية ، وقد لجأت هاتان الاذاعتان - في سبيل ارضاء المستمع السوفيتي - إلى تقديم بعض نماذج من الشعر والقصص والمقالات والمؤلفات

لكتاب سوفيت من أوثك الذين تحرم السلطات السوفيتية نشر انتاجهم الادبي . ومن الامور التي يجب على المخططين للاذاعات الموجهة مراعاتها ، ألا تكون الاذاعة الموجهة بوقاً للدعاية المباشرة للدولة أو الجهة المباشرة ، فتكيل المستمع مذات الاخبار والنيرامج التي يتحدث عن الدولة البائسة ومنجزاتها وجوانب التقدم فيها دون أن تركز على ما يهم المستمع نفسه وما يتعلق ببلاده وما يدور فيه من أحداث وتطورات .

وربما يكون هذا واحداً من أكبر أسباب ضعف وعدم انتشار الاذاعات الموجهة من دول الكتلة الشرقية ، والتي يغلب عليها الطابع الرسمي والدعائي بشكل كبير ومنفر إذا ما قيس بمثيلاتها الموجهة من دول الغرب .

والذي يستمع لاذاعة صوت اسرائيل الموجهة باللغة العربية يلاحظ أنها تولى اهتماماً كبيراً بإذاعة الاخبار العربية بصورة أكبر بكثير مما تقدمه من أخبار اسرائيلية .

٦ - مراعاة عناصر التنافس الأخرى :

يخطئ مخططو الاذاعات الموجهة اذا توقعوا أنهم للوحيدون في الساحة ، وأن الجمهور ينتظر وصول ارسالها اليهم بفارغ الصبر ، ذلك أن عالم اليوم الذي يحفل بالعديد من وسائل الاعلام الالكترونية وغيرها قد جعل الجمهور محاصراً برسائل اعلامية متتالية تتسابق جميعها في الوصول اليه وشد انتباهه لبرامجها . ولقد أصبحت الاذاعة عبر الحدود الدولية حرباً حقيقية بين الدول المختلفة ، ولايتسنى لاذاعة موجهة أن تحقق أهدافها وتصل إلى جمهورها بشكل مؤثر الا بمراعاة جهود وسائل الاعلام الأخرى سواء المحلية أو الأجنبية التي تنافسها في الوصول إلى نفس الجمهور وفي نفس الوقت . ومن هنا فان واحداً من أهداف الاذاعات الموجهة هو محاصرة جهود الاذاعات الموجهة من الدول المعادية لها ، فالاذاعات الامريكية الموجهة تسعى أول ما تسعى إلى محاصرة جهود السوفييت لنشر أيديولوجيتهم وبسط نفوذهم في العالم ، كما أنشأ البريطانيون اذاعتهم الموجهة باللغة العربية عام ١٩٣٨ - في الأساس - لمحاصرة الجهود الدعائية للامان والايطاليين في المنطقة العربية .

... وهكذا فإنه بدون مراعاة عناصر المناقسة الأخرى تكون جهود الإذاعة الموجهة جهوداً ضائعة في أغلب الأحيان ... ويشير هذا الوضع تساؤلاً هاماً مؤداه ما جدوى الإذاعات الموجهة من الدول العربية ودول العالم الثالث لمخاطبة شعوب الدول الكبرى في أمريكا وأوروبا مثلاً ؟ فهذه الإذاعات بما تملكه من إمكانيات فنية وبشرية متواضعة هل تستطيع أن تنافس وسائل الاعلام التي تحصر المواطن الأوربي والأمريكي صباح مساء ؟

وهذا تساؤل هام ينبغي أن يجيب عليه أولئك الذين يخططون لتوجيه إذاعاتهم للشعوب الأوربية والأمريكية المتقدمة والتي تعيش في حالة من الاغراق الاعلامي من جانب وسائلها المحلية .

٧ - مراعاة عوامل الجنب للإذاعة :

في ظل المناقسة التي تواجهها الموجهة من جانب الخدمات الإذاعية المحلية والاجنبية الموجهة لنفس المنطقة لمخاطبة نفس

الجمهور ، يصبح لزاماً عليها أن تبذل جهداً مضاعفاً لتثبيت أقدامهما ، وحفر مكانها على خريطة الاعلام الموجه .

وليس هذا بالامر الهين . فالاذاعة الموجهة تتعرض لمعوقات متعددة يمكن أن نطلق عليها « عوامل طرد » لحمل المستمعين المستهدفين للابتعاد عنها وعدم الاستماع اليها . وقد كان التشويش على الاذاعات الموجهة من أوائل تلك العوامل التي استخدمتها الدول المختلفة لمحاصرة جهود الاذاعات المعادية ... وعلى الرغم من المحاولات العديدة التي بذلت في مجال التشويش على تلك الاذاعات ، الا أنها لم تنجح في صرف المستمعين عن متابعتها ، ذلك أن المستمع غالباً ما يجد الدوافع الأقوى للاستماع لاذاعة معينة ، ثم أن التكاليف للضخمة لاستمرار التشويش على الاذاعة الموجهة يدفع العديد من الدول للتوقف عن التشويش ، وقد استخدمت الاذاعات الموجهة أساليب متعددة للتغلب على مشكلة التشويش كان من بينها :

٥ زيادة قوة المحطة الموجهة باستخدام ترددات اذاعية أقوى .

- بث الارسلال الازاعى على الموعات القصيرة والمتوسطة فى نفس الوقت .
- إنشاء محطات تقوية على حدود الدول أو المناطق المستهدفة بغرض تقوية الارسلال الازاعى .
- بث الارسلال على تردد قريب جدا من التردد الذى تنذع عليه اذاعت الدولة المستهدفة ، بحيث تضيع اذاعة تلك الدولة اذا ما حاولت التشويش على هذا الارسلال . وقد استخدم الامريكيون هذا الاسلوب فى بث اذاعاتهم الموجهة للاتحاد السوفيتى .
- إعادة اذاعة البرامج الموجهة فى فترات زمينة متقاربة ، حيث تقوم الاذاعة الموجهة باعادة برامجها المقصودة كل خمس أو عشر دقائق حتى تقوت على الدولة التى تقوم بالتشويش فرصة القيام بتشويش انتقائى .
- استخدام نوعية واساليب مختلفة لتطوير الصوت المستخدم فى البث ، يكون من شأنها تقوية الاشارة أو استخدام الارسلال بالشفرة فى حالات الطوارئ للتغلب على التشويش .

الفصل الرابع

أنواع الأخبار الإذاعية وأساليب جمعها

١- أنواع الأخبار الإذاعية .

٢- تقييم أهمية الخبر الإذاعي .

٣- تقنيات جمع الأخبار .

- الملاحظة المباشرة .

- تقنيات الحوار .

- التسجيلات والوثائق .

سوف نعرض فى هذا الفصل أنواع الأخبار الإذاعية وتقييمها من جانب المندوب الإذاعى وتقنيات جمع الأخبار باستخدام الملاحظة المباشرة من جانب المندوب اذاعى والمقابلات الإذاعية والتوثيق أو التسجيلات المسبقة .

أنواع الأخبار الإذاعية :

جميع الأخبار فى الراديو والتليفزيون يمكن أن تدرج تحت فئة من الفئات السبع التالية :

١- الأخبار التى تحتاج إلى إبراز : Feature Stories

هذا النوع من الأخبار عادة لا يحدد له وقت معين لاذاعته ،حيث نطن تلك النوعية من الأخبار صالحة للإذاعة لفترات طويلة باستثناء الاخبار الخاصة بالاعيد الرسمية والمناسبات الخاصة .

ويطلق على هذه الأخبار أيضا الأخبار الخفيفة *Soft news* لأنها تكون منبهجة فى طبيعتها ومن أمثلة هذه الأخبار " قطة تستطيع العزف على البيانو " " شخص يحتفل بعيد ميلاده المائة " ، " سيدة تلد ستة توأم " وغيرها من الأخبار التى تثير الاهتمام الإنسانية .

وأبراز هذه الأخبار فى النشرات الإخبارية يحقق نوعا من الإثارة والمفاجأة ويشير فضول الجماهير .

ويدخل فى نطاق هذه النوعية من الأخبار أيضا الأخبار المرتبطة بمواسم معينة مثل أخبار عن موسم الحج ، دخول المدارس تشغيل الطلاب فى العطلة الصيفية ، أخبار الموضة والأزياء فى الربيع الإحتفالات بالأعياد والمناسبات القومية مثل عيد شم النسيم وغيرها من الأخبار التى تثير الإهتمامات الإنسانية .

وتحتل هذه النوعية من الأخبار مكانا متأخرا فى نشرات الأخبار غالبا ما تكون قرب نهاية النشرة كنوع من المكافأة للجمهور وتقدم قبل أخبار الرياضة والطقس .

وسدما تكون هذه الأخبار مثيرة للسخرية أو التهمك يطلق عليها مصطلح " Kicker "

ويراعى عدم استخدام هذه النوعية من الأخبار الخفيفة قبل أو بعد الأخبار المأسوية لأنها تؤدي فى هذه الحالة إلى أحداث أثر سيئ لدى المستمعين أو المشاهدين .

٢- قصص الأخبار المفاجئة : Spot news

يقصد بها تلك الأخبار التى تقع بدون تحذير سابق مثل نشوب حريق سرقة بنك ، حادث على الطريق ، اغتيال شخصية مشهورة .

وظل الراديو يتفوق على وسائل الإعلام الأخرى فى سرعة تغطية هذه النوعية من القصص الاخبارية لأن يتسم بمرونة كبيرة فى الحركة عن الوسائل الإعلامية الأخرى .

إلا أن التليفزيون استطاع أن ينافس الراديو فى هذا المجال بعد ظهور كاميرات جمع الأخبار الكترونيا عن طريق موجبات الميكروويف فيما يعرف باسم (E N G) التى تتيح نقل الصورة المتحركة الملونة خلال دقيقة واحدة إلى الجماهير فى المنازل .

وكثيراً ما تنتقد هذه النوعية من الأخبار المنفصلة لأنها تركز غالباً على الأنباء السلبية بدون أن تشير إلى الأسباب أو تقدم التفاصيل والخلفيات اللازمة التى أدت إلى وقوع هذه الأحداث .

٣- أخبار ناتجة عن متابعة أحداث سابقة The Entevprise Story

يشمل هذا النوع من الأخبار تغطية الأحداث التى تتصف بالإستمرارية بشرط أن يتم تقديم معلومات جديدة فى الخبر باستمرار مثل رحلة سياسية يقوم بها رئيس الدولة إلى عدة عواصم أوربية .

فهناك استمرارية فى الحدث بما يقتضى المتابعة المستمرة مع بداية الخبر دائماً بآخر تطورات الحدث ثم الإشارة إلى التفاصيل السابقة

بعد ذلك كذلك إذا كان هناك خبر عن نشوب حريق في مؤسسة حكومية وأسباب الحريق غير معروفة .

فمن خلال متابعة الحدث يمكن اكتشاف أن مكان الحريق لم يكن مزودا بمواد الاطفاء ، أو اكتشاف مزيد من الضحايا في حادث سقوط طائرة وغيرها من المعلومات التي لم تكن معروفة وقت إذاعة الحدث ثم تتضح تفاصيلها نتيجة المتابعة الإخبارية .

٤- الأحداث المعدة مسبقا Staged Events :

يقصد بها الأحداث التي يتم تحضيرها قبل وقوعها بوقت كاف ، وغالبا ما يتم الترويج عنها في نشرات الأخبار ، مثل المؤتمرات الصحفية ، والندوات السياسية ، الاحتفالات العامة ، الخطابات والاجتماعات السياسية.

فعندما يقوم مرشح انتخابي بعقد مؤتمر صحفي ليشرح برنامجه الانتخابي ، أو أن يعلن عن توحيد بعض الشركات الإستثمارية في تجمع واحد ، كل تلك الأحداث يمكن أن يطلق عليها الأخبار المعدة مسبقا Staged Events وبعض هذه الأحداث المعدة مسبقا يكون لها قيمة إخبارية ، والبعض الآخر يكون له قيمة دعائية فقط .

ولذلك فإن عدد كبير من المندوبين ينظرون إلى تلك النوعية من الأخبار بقدر من الشك فيما إذا كانت الإذاعة تستفيد حقيقة من نشر هذه الأخبار ، أم أن تلك الأخبار هي التي تستفيد من الإذاعة لأغراض بعيدة عن قيمة الأخبار الحقيقة .

٥- الأخبار ذات الميل أو الاتجاه Trend Stories :

نتناول هذه النوعية من الأخبار التغيرات الثقافية والتكنولوجية والإقتصادية التي تحدث في المجتمع وتسمى هذه الأخبار ذات الاتجاه أو ميل Trend Stories وهي تبحث في طبيعة الاتجاهات نحو فكرة أو قضية جديدة مثل استخدام الآلة الحاسبة في المدارس الثانوية . تعديل قانون الأحوال الشخصية ، استخدام بعض الأدوات الطبية بدون الحصول على ترخيص من السلطات الرسمية ، تعديل قانون الأحوال الشخصية ، استخدام الآلة الحاسبة في الأخبار التي تعكس اتجاهات معينة وترتبط بالفترة التي تداع فيها .

٦- أخبار تنطوي على التحقق فني المعلومات ووجهات النظر :

Investigative Reporting

من خلال السعي لتحقيق الموضوعية لكل عمليات الأخبار ، يتم بحث بعض المعلومات باعتبارها أخبار تهم المستمع أو المشاهد في نشرات الأخبار ونظرا لأن عنصر الوقت يعتبر معوق أساسي للنشرات

الإذاعية وحيث أنه من الصعب زيادة الزمن المخصص لنشرات الأخبار لأن الجمهور لن يتحمل ذلك لفترات طويلة ولعدم توافر الإمكانيات التي تسمح بتقديم نشرات أخبار طويلة وعلى درجة عالية من الجودة .

كل ذلك يؤدي إلى بروز فكرة تقديم التقارير الإخبارية لبعض النوعيات من الأخبار ، مثل أخبار الإستهلاك للسلع والخدمات ، والحوادث ، الرياضة ، الطقس ، والأنباء التي تحتاج إلى التعمق وعرض وجهات نظر مختلفة .

وتبحث هذه التقارير الإخبارية عما وراء الأخبار من خلال الخلفيات والتاريخ ، الأسباب ، الظواهر ، وكل المعلومات التي تتسم بالعمق ولم تكن معروفة من قبل ، وتزيج هذه التقارير الغطاء عن المساوي التي تحتاج إلى بحوث وجهود كبيرة من جانب المندوب ، ومعلومات مؤكدة وموثقة يمكن الإعتماد عليها عند الحاجة بحيث يتم الإنطلاق منها للكشف عن جوانب الغموض في القصة الإخبارية ، ومن أمثلة هذه النوعية من الأخبار قضايا الإنحراف السياسي ، وإنحلال الشباب .

وارتفاع تكاليف العلاج ، وارتفاع أسعار السلع والخدمات بدون ضوابط ، ويستدعى هذا النوع من التغطية الإخبارية فترات زمنية طويلة وجهود كبيرة لإنتاج عدد محدود من برامج التحقيقات الإذاعية .

٧- الأخبار التنموية Developmental News :

تولى دول العالم الثالث أهمية خاصة لترويج الأخبار التنموية ، وهى تلك الأخبار التى تعنى بتقديم أنباء عن عمليات تنموية مستمرة وليس عن الأحداث المفاجئة المنفصلة ، فالتأكيد فى الأخبار التنموية أيسر على ما يحدث فى لحظة معينة .

ولكن على ما يحدث خلال فترة من الزمن ، فالأخبار التنموية تعكس التغيرات المستمرة فى المجتمع ويكون لها طبيعة طويلة الأمد للتغيير الإقتصادى والاجتماعى .

وتتخذ الأخبار التنموية أشكالاً مختلفة على المستوى الوطنى والمستوى الدولى ، ويستطيع الإذاعى الذى يبحث عن الأخبار التنموية أن يقيم الأمور بمنظورها الإقتصادى الاجتماعى العام ، ويقدم تقرير حول صلة مشروع تنموى بالاحتياجات الوطنية والاحتياجات المحلية .

وكذلك يمكنه أن يتناول مدى الاختلاف بين المشروع المرسوم في الخطة ، وما تم تنفيذه فعلا من إنجازات .

ويتناول أيضا اختلاف وقع المشروع على الشعب وفقا لإدعاءات المسؤولين الحكوميين ووفقا لوقعه الفعلى على الشعب .

فالأخبار التنموية إذن هي استخدام جميع المهارات الصحفية في تقديم العمليات التنموية المستمرة بشكل يجذب الجماهير ويثير اهتماما ، وبالطبع يتطلب هذه النوعية من الأخبار مهارات عالية وعمل شاق .

تقييم أهمية الخبر الإذاعي :

يحرص المندوب الإخبارى على بلوغ أقصى قدر من الفعالية عند انتقاء وكتابة الأخبار الإذاعية ، ويشمل عمل المندوب الإخبارى تقديم الحقائق المتصلة بالحدث .

والبحث عن معلومات إضافية من المصادر المعتمدة التى تقدم معلومات أكثر عن الحدث التى تتضح الحقيقة كاملة ، ثم يبدأ المندوب فى كتابة قصة إخبارية واضحة ودقيقة خلال فترة زمنية محددة ، ويستخدم فى سبيل ذلك كل الوسائل الكفيلة بجذب الجمهور للأخبار .

وتبدأ القصة الإخبارية بعد ميلادها من أحد المصادر التي ذكرناها في الفصل السابق ، والقصة المناسبة بالراديو والتلفزيون لابد أن تكون جديدة وغير مستهلكة من وسائل الإعلام الأخرى .

وبعد الاستدلال على القصة الإخبارية من أحد المصادر لابد من أن يقوم المندوب بعمل تقييم أولى **First Weighing** لتحديد فعاليتها وقيمتها الإخبارية للإذاعة في النشرة ، وبعد التقييم الأولى لابد من القيام ببعض التحريات التي تساعد على توضيح الخبر من خلال إضافة عناصر جديدة آلية أو اهماله إذا ما ثبت عدم فعاليته للإذاعة وتسمى هذه العملية بالتقييم الثاني للخبر **Second Weighing** .

وبالطبع ليست كل الأخبار تحتاج إلى هذا التقييم الثاني ، فالحوادث الكبيرة لن تنتظر التقييم الثاني .

إلا أن هذا التقييم يكون هاما في الأخبار التي تحتاج إلى متابعة وتقصى للحقائق ، بعد ذلك قد يحتاج المندوب الإذاعي إلى القيام ببعض الأبحاث من المكتبة الإذاعية أو التحقق من بعض المعلومات التي تساعد في إيضاح تفاصيل وخلفيات الأخبار .

وتتميز الأخبار الإذاعية بتغير قيمتها بسرعة ، فالقصة الإخبارية الجديدة الهامة في الصباح قد لا تكون خبرا بعد عدة ساعات حيث أن قيمة الأخبار تتغير بمرور الوقت ، ولكي يدرك المندوب الإذاعي قيمة الأخبار

يجب أن يراعى الاعتبارات التالية :

- ١- هل القصة الإخبارية تهم أكبر عدد من الناس الآن أو في المستقبل ؟ إذا كانت الإجابة بنعم يعتبر صالحا لإذاعته ضمن نشرة الأخبار .
- ٢- هل تقع القصة داخل النطاق الجغرافي لتغطية المحطة الإذاعية ، وبمعنى آخر كلما كانت المنطقة الجغرافية التي يغطيها الحدث قريبة جغرافياً من جمهور الإذاعة كلما أكتسب الخبر قيمة أكبر وهذا لا ينفي أن بعض القصص الإخبارية التي تحدث في أماكن بعيدة يمكن أن تؤثر على سكان المنطقة التي تقع فيها المحطة الإذاعية .
- ٣- متى وقع الحدث ؟ بوجه عام كلما كان الخبر جديدا كلما كان أفضل فالخبر الذي يمضي عليه أربع وعشرون ساعة يعتبر خبرا قديما إلا إذا كان هناك تطورات جديدة في موضوع الخبر .
- ٤- هل القصة الإخبارية تتصل بشخص هام أو مكان بارز أو حدث بارز ؟ كلما كان ذلك كلما أكتسب الخبر قيمة إخبارية .

٥- هل القصة الإخبارية ذات مغزى إنسانى ؟ إذا كان الخبر يؤثر فى حياة الناس أو يثير عواطفهم وإنفعالاتهم وفضولهم فإنه يكتسب قيمة إخبارية .

٦- الصور غير المألوفة أو الغريبة إذا كان الحدث لا يندرج تحت أى من الفئات السابقة .

وغالبا ما يقوم رئيس غرفة الأخبار أو أحد معاونيه بتقرير قيمة الخبر أو أن يترك ذلك للمندوب المكلف بتنفيذ التغطية الإخبارية .

تقنيات جمع الأخبار :

يستخدم المندوب ثلاث تقنيات لجمع المعلومات هي : الملاحظة المباشرة ، والمقابلات ، والتسجيلات ، وهنالك بعض الممارسات الأخرى لجمع الأخبار مثل المعلومات الغير مسموح بنشرها .

وإذاعة التصريحات الصحفية بدون التعرض المباشر للمصدر ، وتسريب المعلومات لإختبار رد فعلها . وسوف تعرض هذه التقنيات المختلفة فى الجزء التالى .

أولاً: الملاحظة المباشرة : Observation :

تعتبر الملاحظة المباشرة من التقنيات الأساسية لجمع المعلومات من خلال الإذاعيين ، فهي تدعم وتقوى المعلومات التي تم الحصول عليها من قبل ، فأحياناً لا تتاح فرصة إجراء الحوار .

وبالتالى تكون الملاحظة هي الوسيلة الوحيدة لجمع المعلومات ، ويستغل المندوب الإذاعي كل مهارته في ملاحظة الأصوات والأشياء من موقع الحدث ويقوم بتسجيل هذه الأصوات ، وينقل أنطباعه عنها من حيث الأشكال والألوان والأصوات والرائحة حتى يستطيع أن يصف الحدث بحيوية للمستمع .

فالملاحظة تتطلب مهارات خاصة من المندوبين حيث تفيد كثيراً من المواقف الحرجة لتضفي الحيوية على الأخبار الإذاعية مثل وصف كيفية وقوع حادث طائرة ، مطاردة البوليس للصوص بنك ، وغيرها من الأحداث التي يمكن أن يقوم المندوب بتغطيتها من موقع الحدث فوراً حيث لا يكون هناك مجال لكتابة نص إذاعي .

وتكون لمندوب هي عين المستمع التي يرى بها الأحداث . ويجب أن يتضمن التقرير من موقع الحدث أكبر قدر ممكن من الحقائق ويجب أن يتجنب المندوب الإذاعي كتابة نص كامل لتلك المواقف وإنما

يفضل أن يكتب بحسب روس الموضوعات أو العناصر الأساسية التي يثيرها الموضوع ويستعين بها أثناء إرتجاله للتعليق ،

وتعتبر الملاحظة المباشرة من أهم العوامل التي تحقق الدقة عند جمع الأخبار بشرط أن يتوافر في المندوب الحياد وعدم التحيز

وعندما يستخدم المندوب أسلوب الملاحظة يكون قد حصل على معلومات من الدرجة الأولى وهى ما يطلق عليها First Hand Account وأحيانا يكون المندوب بعيد عن مسرح الحدث لحظة وقوعه ويتلقى القصة الإخبارية من أحد الأشخاص الذين شاهدوها وفى هذه الحالة يكون الحصول على المعلومات قد تم من الدرجة الثانية Second Hand Account لأنه قد تم تنقية الخبر من خلال المصدر الذى عايش الحدث وقام بروايته وفقاً لإخلاقته ومعتقداته وميوله التي قد تركز على بعض الحقائق ، وتتجاهل حقائق أخرى .

وفى بعض الحالات يحدث تنقية للخبر ثلاث مرات ويكون التحصيل من الدرجة الثالثة Third Hand Account مثل عقد إجتماع سرى لأحدى الهيئات الرسمية ، ويقوم أحد الحاضرين فى الإجتماع بوصف ما حدث لحد مساعديه ويتمكن المندوب الإذاعى من الحصول

على الخبر من هذا المساعد بحيث تتم تصفية الخبر ثلاث مرات ويفقد قدراً كبيراً من الدقة .

ثانياً : تقنيات الحوار Interview Techigue :

يعد شكل الحوار من أكثر أشكال البرامج الإذاعية إنتشاراً ، ويتوقف نجاح هذا الشكل على قدر النجاح فى إعداده وأسلوب تقديمه بشكل يستهوى المتلقى ويكن إعداد الحوار إعداداً كاملاً من جانب المحاور.. Interviewer والمتحاور معه Interviewee كما يمكن وضع خطوط أساسية للأسئلة والإجابات ، وأحياناً تكون برامج الحوار تلقائية ولم يسبق إعدادها .

وأحياناً يتم إعدادها بشكل جزئى فقط ، وهناك مخاطرة عند تقديم الحوار التلقائى تماماً فى حالة ما إذا كان المتحاور معك قليل المعلومات ، أو لا يجيد التعبير عن أفكاره ومعلوماته .

أو تكون إجاباته مختصره جداً ، أو تكون إجاباته طويلة جداً وقد يدفع ذلك القائم بالحوار إلى التفكير فى أسئلة إضافية كذلك كثير من يسفر نتائج المقابلات المعدة بدقة عن حوار جاف ومتكلف Stilted إلا إذا كان كل من المحاور والمتحاور معه يتمتع بمهارة أن يبدو تلقائياً أثناء المقابلة .

وعلى هذا الأساس فإن معظم المقابلات يتم إعدادها فى شكل خطوط عامة فيما عدا الأسئلة التى تتطلب معلومات دقيقة أو إحصائيات .
مما يشهد على ذلك حيث يجب إعداد الأسئلة والإجابات الخاصة بها إعداداً دقيقاً

وتعتبر المقابلة أداة أساسية لتطوير القصة الإخبارية ولكى يقوم المندوب بإعداد المقابلة لابد أن يسأل نفسه أولاً :

١- ما نوع المعلومات التى يرغب فى الحصول عليها ؟ فنوعية المعلومات تختلف من موضوع لآخر .

مثال : إذا كنت فى مكان به حريق مشتعل ، أو حضور حفل عشاء لتكريم طبيب مشهور ، أو إجراء حوار مع عضو جديد فى مجلس الشعب أو مقابلة مع رياضى حصل على جائزة قومية .

وبالنسبة للرياضى الذى حصل على جائزة تقديرية فسوف تكون الأسئلة عن كيفية تنظيم حياته ، والواجبات التى يتناولها ، وعدد ساعات التدريب التى أوصلته إلى هذه المكانة .

وبالطبع ليست كل الأخبار تحتاج إلى مقابلات ، فبعض الأخبار يتطلب قراءة بعض الجمل من جانب المذيع أو المندوب ، ولكن معظم الأخبار تتطلب نوع من المقابلات إن أجلاً أو عاجلاً مع الناس الذين لديهم معلومات وثيقة الصلة بموضوع الأخبار .

فعند عمل التحقيقات الإذاعية التي تتطوى على التعمق في المعلومات قد يتطلب الأمر مقابلة شهود العيان ، والمسؤولين الرسميين والأشخاص الذين يمكن أن يثروا المادة التي جمعها المندوب .

وإذا كان هناك عدة مقابلات فلا بد من وضعها في خريطة معينة حتى يسهل عرضها وعمل المونتاج الخاص بها ، وعند تصميم المقابلة لابد من تحديد المكان المناسب الذي يبرز خلفية الموضوع .

ففي الراديو يؤخذ في الاعتبار أصوات الخلفية ، وبالنسبة للتلفزيون يؤخذ في الاعتبار العناصر المسموعة والمرئية ، وبالنسبة لكليهما فإن العمل على راحة المتحاور معه يساعد على الخروج بأفضل نتائج من المقابلة .

فمثلاً لا يجب أن يقوم مندوب تلفزيوني بإجراء حوار عن تلوث الهواء داخل مكتب أو قاعة مكيفة الهواء ، وإنما من الأفضل أن يختار مكان به إحدى المداخل التي تسبب تلوث الهواء حيث يكون للصورة تأثير على نجاح المقابلة .

طريقة توجيه الأسئلة :

مفتاح المقابلة الجيدة هو الأسئلة الجيدة ، فتتدفق الأسئلة والإجابات لابد أن يحقق الحيوية للمقابلة ويعتمد أسلوب توجيه السؤال على الغرض من المقابلة .

وبصفة عامة يجب تجنب الأسئلة الإيحائية Leading Questions لأن المندوب في هذه الحالة يبدو وكأنه يريد الوصول إلى إجابة محددة بدلاً من البحث عن الموضوعية التي قد تكون في ذهن المتحاور معه .

أمثلة للأسئلة الإيحائية التي تجنبها :

- هل تتوى إحتزال اللعب بعد حصولك على الميدالية الذهبية ؟
بدلاً من ذلك تقول :

- ما الذي تتوى عمله بعد حصولك على الميدالية الذهبية ؟ إلا أنه أحياناً تكون الأسئلة الإيحائية مفيدة إذا كان من شأنها أن تشجع المتحاور معه Interviewee على الكلام وأن يشعره المندوب بأنه متفهم لكلامه ومتجاوب مع الأفكار التي يطرحها .

كذلك فإن المتحاور معه لن يشعر بالارتياح عندما يلاحظ أن المندوب يقرأ الأسئلة من ورقة مكتوبة ، وأحياناً يسأل المتحاور معه مندوب الإذاعة عن طبيعة الأسئلة وعن رغبته في الإطلاع عليها مقدماً

هنا لابد أن يعطيه المندوب فكرة عامة عن هدف الحوار وعن رؤوس الموضوعات التي يود مناقشتها ، مع إحتفاظه بتسلسل الأسئلة حتى لا تفقد المقابلة حيويتها .

كذلك يجب تجنب الأسئلة التي تتطلب إجابات طويلة قد تستمر عدة دقائق .

مثال : السيد المحافظ ما هي الخطط الكفيلة بتطوير المحافظة ؟

أو : ما هي المشروعات التي نفذها الطلاب هذا العام ؟ ويمكن تعديل الأسئلة السابقة على النحو التالي .

- السيد المحافظ ما هي الخطوة الأولى اللازمة لتطوير المحافظة - ما هو أفضل مشروع نفذه الطلاب هذا العام ؟ هنا يكون السؤال محدداً ولا يتطلب إجابة طويلة تقسد للمقابلة .

كذلك يجب أن يترك المندوب شيئاً للمتحاور معه ولا يقبده بالأسئلة .

مثال : أليس حقيقى أم المدير قد أهانك عندما رفضت تنفيذ أوامره ؟ هنا ستكون الإجابة بنعم أو لا .

الأفضل أن يكون السؤال : ماذا قال لك المدير عندما رفضت تنفيذ أوامره ؟ ومن المهم أيضاً تجنب الأسئلة المغلقة Closed Questions لأنها لا تكون مفيدة عند إجراء المقابلات .

مثال : هل أنت شيوعي ؟

الإجابة لا

الأفضل أن يكون السؤال : ماذا تقول لأي شخص يصفك

بالشيوعية ؟

الإجابة : سأقول له أنه مجنون أو ليس لديه معلومات ، فانا لم أنضم في حياتي إلى أي حزب شيوعي ، ولن أنضم مستقبلاً ... كذلك فإن السؤال الجيد لابد أن يكون بسيط في البناء ، وبالتالي يجب تجنب الجمل الطويلة المعقدة .

كذلك لا يجب على المندوب الإذاعي أن يتقل على المتحاور معه بكثرة الأسئلة لأن ذلك من شأنه أن يؤدي إلى حدوث تداخل وتشويش في ذهن المتحاور معه ، ففترة الصمت القصيرة بين الأسئلة تتيح للمتحاور معه الاستطراد في الإجابة أو إثارة نقاط هامة لم تتعرض لها الأسئلة ، كذلك يجب عدم مقاطعة المتحدث قبل أن ينهي إجابته إلا إذا خرج عن موضوع السؤال أو استطرد في الإجابة بمعلومات لا أهمية لها .

مقابلات التليفون : Telephone Interviews

يعتبر التليفون من الأدوات الهامة التي يستخدمها المندوب الإذاعي من غرفة الأخبار لسهولة استخدامه كما أن مقابلات التليفون عندما تذاع بالنشرة تضيف عليها الحيوية والإثارة للمستمع كذلك فإن التليفون يعتبر وسيلة فعالة في المحطات الإذاعية التي تفتقر إلى عدد كبير من المندوبين العاملين . وعمل المقابلات بالتليفون يتطلب مهارات خاصة من جانب المندوب ، فبعض الأشخاص يجيدون التحدث المباشر ولا يجيدونه عبر التليفون .

كذلك فإن بعض الأشخاص يجيبون على الأسئلة بنعم أو لا وبالتالي يتطلب جهداً كبيراً من المندوب لكي يجعلهم يتحدثون أكثر .

ومن هنا يقع على عاتق المندوب أن يجعل المتحاور معه يشعر بالراحة والدفء ويمكن تشجيعه بالقول أن الآلاف الأشخاص يستمعون إليه الآن وإذا ظل المتحاور معه يجيب بنعم أو لا يمكن أن يقول له المندوب أن الصوت غير واضح ويطلب منه إعادة الإجابة حتى يشجعه على الكلام ومن المهم للمندوب أن يجعل المتحاور معه يستمر في الكلام طالما يقدم معلومات مفيدة وصالحة للإذاعة .

وإذا طلب المصدر عدم إذاعة صوته المسجل عبر التليفون
فلا بد من إحترام رغبته .

كذلك يجب على المنذوب أن يخبر المصدر في مقدمة المكالمة
بأنه ينوى تسجيلها وإذاعتها عبر الأثير وأن يحصل على موافقة
المصدر بهذا الشأن .

وكمخلص لما سبق نقدم قائمة بما يجب وما لا يجب عمله عند إجراء
المقابلة الإذاعية :

ما يجب عمله عند إجراء المقابلات :

١- إيجاد الألفة والتفاهم مع المصدر ومعرفة جوانب الموضوع
قبل إجراء المقابلة .

٢- تحديد اتجاه المقابلة مقدماً من وضع خطة للأسئلة الرئيسية

٣- أسأل بعض الأسئلة التي تهيئ المصدر للتعاون وإزالة
الرهبة منه .

٤- بناء الأسئلة لابد أن يعتمد على الوضوح والبساطة والفهم .

٥- حافظ على اتصال جيد بالنظر مع المتحاور معك

٦- أسأل مرة ثانية ما يحتاج إلى إيضاح أو ما تشعر أن إجابته
غير كاملة .

٧- وجه أسئلة للمتابعة والتوضيح أو تصحيح نقاط معينة .

٨- أسأل ما تشعر أن المتحاور معه يريد الإجابة عليه ويدخل في نطاق خبرته .

٩- عامل المتحاور معه كشريك من خلال الأخذ والرد أى أن تعامل الضيف بمشاعر إنسانية وليس كعامل ميكروفون .

١٠- أسأل بدون أن تعلق على الإجابات سلباً أو إيجاباً فإذا كانت الإجابة كافية أنتقل إلى الموضوع التالى وإذا لم تكن كافية أوجه سؤال آخر .

١١- وجه السؤال المناسب للشخص المناسب

ما لا يجب عمله عند إجراء الحوار :

- ١- قراءة الأسئلة من ورقى أمام المصدر
- ٢- متابعة تسلسل الأسئلة بدون الالتفاف إلى الضيف
- ٣- بداية الأسئلة ببرود وبتوجيه أصعب الأسئلة :
- ٤- الجمل الطويلة المركبة والأسئلة المعقدة .
- ٥- فقد الإتصال بالنظر إلى الضيف لفترة طويلة
- ٦- السماح للضيف أن يقرأ الأسئلة مقدماً أو أن يكتب المتدوب بعض الملاحظات أثناء الإجابة من الضيف .
- ٧- النظر إلى الساعة لمعرفة الوقت لأن ذلك يثير قلق الضيف

٨- أن تكون الإجابة غير كافية ولا تقدم سؤال آخر للمتابعة

٩- تقديم أسئلة المتابعة في غير مكانها من اللقاء .

١٠- الأسئلة المقلقة .

١١- الأسئلة الإيحائية

١٢- الأسئلة البعيدة عن خبرة المتحاور معك

١٣- المقدمات الطويلة وكثرة الإستهلاك .

ثالثاً : التسجيلات والوثائق Documentation :

يتفق المندوب بصفة عامة على أن أفضل وسيلة لمصادقة المعلومات تكون من خلال الاستعانة بالوثائق والمنشورات الرسمية وكذلك إجراء مجموعة من اللقاءات مع الناس المعنيين بالقصة الإخبارية بحيث تسند الحقائق التي يقدمها المندوب إما إلى الوثائق الرسمية أو إلى التسجيلات الجماهيرية بأصوات الناس الحقيقة .

وتلك يفيد المندوب في تحرى الدقة والموضوعية ويجنبه الوقوع تحت طائلة القانون إذا كانت الحقائق التي يقدمها لا تستند إلى تسجيلات وأقعية ووثائق معتمدة .

فعلى سبيل المثال قد يحصل المندوب من أحد المصادر على معلومات تفيد بالقبض على مسئول رسمي لأنه يتقاضى رشوة ، وبالطبع يقوم المندوب بإجراء حوار مع هذا المسئول الرسمي الذى ينفي تلك التهمة .

هذا يمكن الرد على المسئول الرسمي ، من خلال عرض هذه الوثائق وبذلك يستطيع المندوب أن يطور القصة الإخبارية.

الفصل الخامس

استوديو التليفزيون

الامكانيات الفنية والتقنية

أستوديو التليفزيون

أستوديو التليفزيون :

أستوديو التليفزيون هو المكان الذى يتم فيه انتاج العمل التليفزيونى أو تجميعه من مصادره المختلفة أو تنفيذه على الهواء وبثه لجمهور المشاهدين .

وهناك برامج تنتج بالكامل من الاستديو مثل برامج الندوات والأحاديث والنشرات والتمثيليات وجميع الأعمال التى يتم تصويرها داخل مبنى التليفزيون .

وهناك البرامج التى يتم تجميعها داخل الاستديو مثل البرامج التى يشترك التصوير الخارجى مع لقطات أو أحاديث من داخل الاستديو أو يتم التعليق عليها أو عمل مقدمات ونهايات هذه البرامج من داخل الاستديو (الفقرات) .

كما أن الاستديو هو الجهة الوحيدة التى يتم بث البرامج منها إلى جمهور المشاهدين .

وهناك نوعان من الاستوديوهات داخل التلفزيون :

النوع الأول : ويطلق عليه أستوديو إنتاج ويكون مميزا بمساحته الكبيرة التي لا تقل عن ٣٥٠ متر وقد يصل إلى أكبر من ١٠٠٠ متر وتكون مهمة هذا الاستوديو هو إنتاج الأعمال الدرامية (التمثيليات) والمِنوعات الكبيرة والبرامج التي لا تذاع على الهواء بمختلف أنواعها ويتم تحديد الاستوديو للبرنامج المطلوب إنتاجه ويتوقف ذلك على الامكانيات المطلوبة للعمل التلفزيوني المزمع إنتاجه ويتم بناء الديكور اللازم لهذا العمل ، وقد يتم بناء أكثر من ديكور لأكثر من برنامج واحد في استوديو معين ثم يتم تسجيل هذه البرامج تباعا وتستوعب الاستوديوهات الكبيرة في التلفزيون المصري لبناء ديكورات حوالى ١٢ غرفة أو ١٢ منظرا مختلفا للتمثيلية الواحدة فى وقت واحد .

الثانى : ويطلق عليه استوديو تنفيذ وهذه الاستوديوهات

تتميز بصغر مساحتها عن الأولى فتكون أقل من ٣٥٠ مترا مربعا وقد تبدأ من ٨٠ مترا وهى مخصصة لبث البرامج إلى جمهور المشاهدين فى المنازل بالإضافة إلى إذاعة مقدمات

ال فقرات لمذيع واحد للربط بينهما وتذاع منها ايضا برامج الحوار البسيطة التى لا يشترك فيها أكثر من شخصين .
وقد تساهم هذه البرامج فى إنتاج بعض البرامج الحوارية البسيطة فى عند أوقات البث المباشر للبرامج إلى جمهور المشاهدين .

ويختلف تجهيز كل استوديو عن الآخر بمعداته اللازمة
ألا أن جميع استوديوهات العالم تشترك مع بعضها فى كثير من

شروط التجهيز والبناء :

فكل استوديو ينقسم إلى جزئين أساسيين :

البلاطوه أو ألك floor

والكنترول studio control room

أما البلاطوه أو ألك floor فهو هذه المساحة الكبيرة من الأرض التى يتواجد داخلها المذيعون والممثلون والضيوف وتدور فيها أحداث التمثيليات المختلفة وحوار المذيعين مع الضيوف لل فقرات المذاعة على الهواء .

يشترط فى بناء البلاطوه أو ألك floor اشتراطات هندسية

ثابتة أهمها :

- ١- الحوائط عازلة للصوت وهناك طرق كثيرة لعزل الصوت لعل أشهر وسيلة لعزل الصوت هو وضع طبقة من الصوف الزجاجي الخاص للصوت بين جدران البلاتوه وطبقة الخشب المتبقية الموجودة على هذه الجدران .
- ٢- الارضيات ملساء تسمح لحركة الكاميرات على عجلات الحوامل دون تخطط أو ارتجاج
- ٣- الارضيات مستوية في وضعها الأفقى بحيث لا تنزلق عجلات حوامل الكاميرات في اتجاه مائل إذا ما تركها المصور
- ٤- السقف مرتفع لا يقل عن ستة أمتار في الاستوديوهات الصغيرة جدا وقد تصل إلى خمسة عشر مترا في الاستوديوهات الكبرى
- ٥- ابوابها مزدوجة فهناك باب يقل من الداخل واخر من الخارج وقد يقل البابان من الداخل وبينهما فراغ لا يسمح للصوت من الدخول إلى دال الاستوديو أو الخروج منه وهذه الأبواب سميكة تغطي محيطها طبقة من الكاوتش التي تحكم الغلق .

كذلك عناصر الانتاج التلفزيونى توجد داخل استوديو
التلفزيون عناصر الانتاج التلفزيونى الضرورية للصوت
والصورة .

الصوت :

والصوت أحد عناصر الانتاج التلفزيونى ويمثل
العنصر الاساسى فى كثير من البرامج الحوارية والندوات
والأحاديث أى البرامج الكلامية بصفة عامة ، وهو عنصر
مكمل للصورة وهناك مثل شهير يقول إذا خفضت صوت
التلفزيون فى المنزل واستطعت ان تفهم البرنامج من الصورة
فقط دون ان يغويك شيئا وينفس الدرجة التى تشاهده وانت
تسمع الصوت فهذا البرنامج ناقص ، وكذلك إذا أنت اعطيت
ظهرك للجهاز وسمعت الصوت فقط وفهمت الرسالة أى
وصلتك كاملة دون نقصان فأيضاً هذا البرنامج ناقص ،
فيعنصرا الانتاج التلفزيونى - الصوت والصورة كلاهما مكمل
للاخر .

ويعتمد الصوت فى التلفزيون - وفى الإذاعة أيضاً

على مصادره اساسية :

١- الميكروفونات Microphones وهو محول كهروصوتي، يستقبل الموجات الصوتية الصادرة اليه من مختلف مصادرها من اصوات البشر واصوات المعدات والاصوات الطبيعية من رياح وعدها ليقوم بتحويلها إلى موجات كهربائية تسير في الاسلاك لتنتقل إلى طاولة الصوت الموجودة في غرفة مراقبة الاستوديو والتي سنتحدث عنها بعد ذلك عند الحديث عن غرفة سرائة الاستوديو .

وهناك فرق بين الصوت وبين الضوء فبالصوت يحمل رسالة نريد ان تصل إلى المستقبل والضوء هو الضجيج غير المسئول ، إلا إذا كانت تؤدي هدف مقصودا وهناك العديد من الميكروفونات المستخدمة في استوديوهات الاذاعة والتليفزيون لكل منها هدف تستخدم من اجله :

أ - ميكروفونات كلية التوجيه ويطلق عليها Omnidirectional أو Unidirectional و Alldirections وهذه الميكروفونات صالحة لكي تلتقط الأصوات الصادرة اليها من جميع الاتجاهات إلا أن لها عيوبها إذ انها

تلتقط الاصوات التى يهدف بها حمل رسالة فى النقاط الاصوات
التى لا علاقة لها بالموضوع الذى يتم تسجيله .
واستخدام هذه الميكروفونات ٢ ينتج سماع ما يدور
داخل الاستوديو حتى صوت الفراغ الضخم الموجود داخل
الاستوديو ، إلا أنها يستخدم فى نقل المؤثرات واصوات
المعدات الصادرة من اتجاهات شتى .

ب - ميكروفونات ثنائية التوجيه Bidirectional

وهى ميكروفونات لها اتجاهين لالتقاط الأصوات من
الأمام ومن الخلف وتستخدم فى البرامج التى يجلس شخصان
فيها متقابلين متحدثان إلى ميكروفون واحد .

ج - ميكروفونات ذات اتجاه واحد ويطلق عليها

One direction - Cardioid

وهى تلتقط الصورة الصاعدة إليها مباشرة إلى دائرة
الاستقبال اعلا الميكروفون وهذه الميكروفونات تكون بمثابة
عازل للأصوات حول المصدر والتى لا ترغب فى اظهارها

بوضوح كذلك ترفض استقبال اصوات الفراغ والتي قد تؤثر على صوت المصدر الاساسى .

د - اصوات ميكروفونات ذات اتجاه واحد خاص :

Super directional - Hyper Cardioid وهى ميكروفونات خاصة فى التوجيه لا تستقبل إلا الصوت الموجه لها مباشرة واكثر رفض لالتقاط الاصوات المحيطة بالمصدر وتوجيه داخل الاستوديو العديد من حوامل الميكروفونات واشهرها الحامل طراز Boom وهو حامل كبير طويل الذراع يستخدمه أحد مساعدي الصوت فى التوجيه فيه بعد إلى مصدر الصوت .

وهناك الحامل الصغير Stand الذى يوضع امام المذيع على المنضدة كذلك يمكن نزع الميكروفون من حامله الصغير ليمسك به المذيع كما اخترع انواع صغيره من الميكروفونات مثل Neckmic وهو الذى يعلق فى رقبة المذيع بخيط رفيع وصنع منه انواع أخرى تثبت مثل الزرار فى رباط العنق أو جانب الزى الذى يرتديه المذيع أو المذيعه أو الضيف أو الممثل كما اخترع أخيرا نوع من الميكروفونات التى لا تحتاج إلى وصلات سلكية بينها وبين طاولة الصوت .

٢- ومن مصادر الصوت ايضا التى يعتمد عليها فى الانتاج التليفزيونى الشرائط المسجلة الخارجية ، غلا أن مثل هذه المصادر لا توجد داخل بلاطوه الاستوديو أو ألب floor وانما توجد على الوسائل التى سجلت عليها مثل شرائط التسجيل السينمائية أو الفيديو بيت .

٣- كذلك يستعين المخرج بالموسيقى المسجلة على اسطوانات أو شرائط من طراز ١/٤ بوصة .

٤- ومن المصادر الاساسية للصوت الاذاعة والتليفزيون المؤثرات الصوتية التى تستخدم فى الاذاعة اكثر من استخدامها فى التليفزيون حيث يعطى شعورا بالمكان الذى نريد اعطاء المشاهد احساسا ان الحدث يتم تسجيله فيه ، لينطلق خياله وينسج خيوطه ويشعر المستمع بان التسجيل يتم فى حديقة أو بين صفوف الجيش أو فى بركة أو فى سباق خيل أو على صفحات المياه .

الا ان البلاتوه واستوديو التليفزيون لا يضم بين هذه العناصر سوى الميكروفونات أما باقى الوسائل فتوضع رسائلها فى اماكن أخرى غير البلاتوه .

أما العنصر الثانى من عناصر الانتاج التليفزيونى فهو الصورة وهو العنصر الذى ينفرد به التليفزيون عن الاذاعة المسموعة وتتوصل إلى تحقيق هذا العنصر بوسائل اساسية .

١- الكاميرات وهى الوسيلة الاساسية فى نقل الصورة وتحويلها إلى شحنة كهربائية تمر فى الكاميرات الخاصة بها لتصل إلى المشاهد .

٢- الإضاءة ومن المعروف أن الكاميرات بكل انواعها تصور بالضوء - مثل العين البشرية وبهذا الضوء المرتد يستطيع الانسان أو الكاميرا تحديد معالم الصوت الذى نراه ، ومن الضوء المرتد نستطيع ايضا تحديد لونه المعروف ان الالوان جزءا كبيرا من الإضاءة ولا تعكس الالونها فقط ، فاللون الأبيض يعكس ١/٢ كيلو الشعاع الأبيض بكامله ، واللون الأسود يمتص اللون بعد الأبيض بكامله ولا يعكس شيئا فنرى

الهدف اسودا واللون الأحمر يمتص اللونين الأزرق والأخضر ولا يعكس سوى اللون الأحمر واللون الأزرق يمتص اللونين الأخضر والأحمر ويعكس اللون الأزرق واللون الأخضر لا يعكس سوى اللون الأزرق والأخضر ، وكذلك الألوان المركبة من لونين بنسب مختلفة تعكس لونها وبنفس النسب المركبة منها .
ولهذه الأسباب كانت الألوان المختلفة في حاجة إلى كمية من الإضاءة توزع عليها توزيعا خاصا لتحصل منها على درجة الوضوح المطلوبه لهذه الألوان ولهذا يعتمد مديرو الإضاءة على الاهتمام بتوزيع الإضاءة بطريقة خاصة تبرز الهدف الذي تقوم بتصويره أهمها .

١- الإضاءة الرئيسية key light وهي الإضاءة المباشرة التي تسلط على الهدف من الناحية التي سيتم التصوير منها لتحقيق الوضوح المطلوب ولإبراز هذا الهدف

٢- الإضاءة الخفيفة وهي Back light وهدفها إضاءة الديكور الخلفي الذي يجلس امامه المذيع أو الممثل ليفصله عن جسم المذيع وتوضح معالمه .

٣- الإضاءة المعاكسة أو Contre وهو إضاءة توجه إلى جسم المذيع من الخلف لتحديد رأسه وكتفه .

٤- الإضاءة المكملة أو العامة أو المنتشرة وهو منها :

أ- إزالة الظلال المكون من الإضاءة المؤخرة .

ب- اظهار المنظر العام الذي يتم نقله دون التركيز

على هدف معين .

٥- الإضاءة التأكيدية Hard light وهي الإضاءة المركزة التي توجه إلى جزء خاص من الديكور لابرازه أو صنع بقعة ضوئية مطلوبة في مكان منحدر مثل إضاءة شجرة أو مصباح بعينه .

ويوجد داخل الاستوديو شبكة للإضاءة غالبا ما تكون بسقف الاستوديو على اسياخ خاصة بها وتلبي بواسطة

مجموعة من الوست التي تتيح لمدير الإضاءة الارتفاع والهبوط بها ، أو منبقة بدون سوسته تتيح لها تغيير اتجاهها الأفقي والرأسي دون حركة كما توجد انواع من الكشافات المركزة والمنتشرة التي يصدر من كل جانب منها كمية معينة من الإضاءة .

وتتراوح الإضاءة الصادرة من المصدر المركزة ما بين ٢٠ كيلو في بعضها وبين ١/٢ كيلو وفي استوديوهات وتستخدم الأولى عادة في الإضاءة المركزة عن بعد مثل التي تستخدمها في الإذاعات الخارجية ، بينما يستخدم الصغرى في الإضاءة المركزة على أهداف صغيرة كتلك التي تركز على النشرة المستخدمة في نشرات الأخبار لتثير للمذيع النص الذي يقرأه .
الوسيلة الديكور الثالثة من وسائل تحقيق عنصر الصورة هو الديكور الذي تنقله الكاميرات .

والديكور في الاستوديو يتم صنعه بوسائل اقتصادية ويتم تعليقه وتثبيته بوسائل بسيطة ليسهل نزعه بعد ذلك ، وعلى مهندس الديكور ألا يبنى من الديكور سوى الأجزاء التي ستظهر في الصورة فقط لأننا هنا لسنا في مجال بناء مكتب أو قصر حقيقي ، ولا فائدة من بناء الديكور أو اجزاء منه لن

تظهر فى الكاميرا ويتم بناء الديكور بالتنسيق بين ما يريده المخرج ومتطلبات الإضاءة .

ولا يثبت الديكور فى حائط الاستوديو وإنما يجب الابتعاد بما لا يقل عن متر واحد عن حائط الاستوديو ويثبت الديكور بواسطة وضع ائقال من الحديد تستند عليها الحوائط التى تبني من خامات رخيصة تغطى فى الغالب بورق رخيص ثم تدهنه وفقا لمتطلبات العمل .

وارتفاع الديكور لا يقل عن مترين ونصف ولا يزيد فى الارتفاع عن مستوى شبكة الإضاءة المعلقة فى سقف الاستوديو بحيث يسمح الديكور لحركة الكشافات الموجودة أعلا الاستوديو ويتم تصميم الديكور على خطط مسبقة ويجهز الديكور بالكامل خارج الاستوديو بحيث لا يستغرق وقت بنائه داخل الاستوديو سوى ساعات معدودة بحيث لا يؤثر ذلك على ساعات الانتاج المطلوبة داخل الاستوديو .

ويتحقق البلاتوه وسائل اتصال أهمها سماعات الأذن Headphones ويوجد سماعة أذن ملحقة بكل كاميرا يستطيع المخرج أن يعطى تعليماته للمصور عن طريقها كما توجد

سماعة اضافية خاصة بمدير الاستوديو الذى ينفذ تعليمات المخرج داخل الاستوديو .

اما قالب الصوت الموجود داخل الاستوديو فدائما نحذر من استخدامه قبل موعد العمل على الهواء بما لا يقل عن خمس دقائق حتى يحدث ما يسمى Copling اى دائرة صوتية مغلقة تسبب صفيرا على الهواء .

وقد الحق ببعض البلاتوهات جهاز Outokue وهو جهاز يثبت على عدسة الكاميرا يستطيع أن يقرأ منه المذيع وهو ينظر إلى العدسة ، وهذا الجهاز يلحق بجزء منه بعيدا عن الكاميرا عليه شريط من الورق المكتوب عليه النص الذى يقرؤه المذيع ويستطيع المذيع عن طريق دراسة قدم أن يضغط عليها فيتحرك شريط الورق طبقا للسرعة التى يحددها المذيع لنفسه .

٢- غرفة مراقبة الاستوديو Studio Control room وغرفة بها ، غن كنا نستعرض على ترجمتها غرفة مراقبة الاستوديو إلا انها أقرب إلى غرفة التحكم منها إلى غرفة مراقبة .

ففى هذه والغرفة يتم انتاج العمل التليفزيونى وادارة العمل بالكامل وفى هذه الغرفة تصب كل مصادر الصوت

والصورة ليتم انتقاء الصورة المطلوبه أو تكوينه الصورة من أكثر من مصدر .

وفى هذه الغرفة يتم اختيار الصوت المطلوب اذاعة تكوين من العديد من الأصوات .

ومن هذه الغرفة يقوم المخرج بتوجيهها لكاميرا والممثلين والمتتبعين عن طريق وسائل الاتصال اللازمة .

ومن هذه الغرفة يتم التحكم فى الإضاءة والكاميرات واهم المعدات الموجودة فى غرفة مراقبة الاستوديو .

١- طاولة الصورة أو Surtch الصورة أو Uixer الصورة أو Desk الصورة وهى طاولة كبيرة عليها مفاتيح لكل مصدر من مصادر الصورة ويتم عمل المونتاج الإلكتروني الفوري من خلال هذه المفاتيح أو الزراري بحيث يختار المخرج نوع النقلة التى يريد بها ثم يعطى الأمر إلى الفنى المسئول عن هذه الطاولة لينفذها أو المونتير الإلكتروني أو السويتش ويتم القطع أو المزج أو المسح فى الصورة وفقا لخطة يعرضها المخرج ويأمر بتنفيذها .

وتتيح هذه الطاولة للمخرج أن يطلب العديد من المؤثرات الخاصة أو كاشفات المسح المختلفة الصور والأشكال بحيث تبدو وصورة فوق صورة ، أو صورة داخل صورة أخرى يشكل معين دائريا أو مستطيلا أو منبعجا أو يطلب صورة بجانب الأخرى بأى شكل من الأشكال التى يحددها وفقا لما يزيد عن ٧٠ شكلا يختار منها المخرج ما يشاء .
ويخضع عناصر تكوين الصورة لأسس فنية سنتحدث عنها فيما بعد عندما نتحدث عن اللقطة وأهدافها .

٢- مازج الصوت Mixer

ويطلق عليه أيضا طاولة الصوت أو Desk الصوت ويجلس عليه مراقب الصوت وهذه الطاولة يلحق بها جميع مصادر الصوت الواصلة إلى غرفة المراقبة ويتم اختيار الصوت المطلوب أو عمل المكياج أى مزج أكثر من صوتا فى خط واحد وفقا لما يريده المخرج ، فكل مصدر من مصادر الصوت له مفتاحه لرفع الصوت أو خفضه أو اغلاقه يسمى Fuder ويخضع الصوت لمقاييس هندسية معينة من حيث درجة ارتفاعه وخفضه حيث توجد المؤثرات التى توضح

اتخفاض الصوت عن معدله وارتفاعه بدرجة تسبب تشويش معين وعدم وضوحه
كما يوجد في هذه الطاولة مفاتيح تغطي المزيد من امكانيات
معالجة الصوت وتلقينه أو التحكم في طبقته أو اعطائه التجسيم
اللائزم .

٣- طاولة الإضاءة light consal ويطلق عليها ايضا dimer
وهذه الطاولة يلحق بها مفاتيح لكل الكشافات الموجودة داخل
البلاطه بحيث يستطيع مدير الإضاءة أو مساعده التحكم في كل
كشاف داخل البلاطه ابتداء من انارته أو اطفائه أو بكل طاقة أو
بجزء من طاقته .

٤ - المخرج :

ويجلس المخرج في غرفة مراقبة الاستوديو ليدبر العمل
وأهم وسائله :

أ- المونيتيرات Monitors وهي مجموعة من الشاشات التي
يستطيع المخرج أن يتابع عليها صورة كل مصدر من مصادر
الصورة الداخلة اليه .

ولكل كاميرا مونتير خاص بها يستطيع المخرج من خلاله متابعة الصورة التي يشاهدها كل مصور في الكاميرا التي يعمل عليها وبذلك يستطيع المخرج أن يوجه المصور للحصول على الصورة المطلوبة من حيث الزاوية والحجم كما يشاهد المخرج على هذه المونتيرات صور التسجيلات المرئية الواردة اليه من شرائط التسجيلات المغناطيسية أو الأفلام السينمائية ولكل جهاز للعرض مونتير خاص به بالإضافة إلى المونتير الموضوع عليه جهاز الشرائح والاذاعات الخارجية .

ومن هذه الغرفة يعطى المخرج توجيهاته الى المونيتور الجالس بجواره ليضبط على الزر الخاص بالصورة التي يديرها فتذاع على الهواء أو لتسجيل أو تعطى باختيار صورتين أو أكثر ليضعهما في الشكل المطلوب التي يراه ثم لاذاعتها .

ب- وسائل الاتصال :

ويصدر المخرج توجيهاته إلى الجيش البشرى الذى يتعامل معه عن طريق الميكروفون مثبت امامه واسقله العديد من المفاتيح التى تخص كل من يتعلمب معه فهناك مفتاح خاص بالمصورين وآخر لمدير الاستوديو وثالث خاص لا يقنى

التسجيلات ورابع للفنى المسئول عن ماكينات اذاعة الشرائط المرئية وعشرات من المفاتيح التى تتيح له الاتصال الفورى بكل الغرف الفنية فى المبنى، وغرفة المراقبة الرئيسية والاستوديوهات الاخرى .

اما مجموعة العمل المحيطين به فيتلقون التعليمات مباشرة من المخرج الجالس معهم فى نفس الغرفة .
وتتصل غرفة مراقبة الاستوديو بالبلاطوه عن طريق حائط زجاجى تتيح للمخرج ان يشاهد بالعين المجردة ما يحدث داخل البلاطوه ويطمئن على التزام كل شخص داخل البلاطوه بمكانه .

غرفة معدات الاستوديو (التلسين)

ويلحق بكل ستوديو غرفة خاصه بالمعدات المعاونة التى تشارك فى انتاج العمل التليفزيونى .

ولعل أهم غرفة تلحق بكل ستوديو هى غرفة تلسين ان التلسينما Telecinema وقد اطلق هذا الاسم على هذه الغرفة لأنه فى أوائل العمل التليفزيونى كان الاعتماد اساسيا على الأفلام السينمائية فى تصوير البرامج التى تتم خارج التليفزيون

مثل البرامج التسجيلية المختلفة أو لقطات البرامج الموجهة إلى الشباب أو الريف أو المرأة أو غيرها ، أو اللقطات الاخبارية للنشرات أو الأجزاء الخارجية من بعض التمثيليات ، وكان ذلك بسبب عدم وجود مونتاج شرائط التسجيل المغناطيسية (الفيدويتيب) نهائيا في ذلك الوقت وعدم وجود كاميرات تصوير فيديو محموله كما هو موجود الآن ، فكانت جميع برامج التليفزيون تجهز على افلام سينمائية ثم يتم عمل المونتاج اللازم لها ثم تذاع أو تسجل على شرائط فيديو مثبت مقاس ٢ بوصة . ولهذا السبب الحق بكل غرفة ستوديو ماكينتان لبعض الافلام السينمائية أطلق عليها اسم غرفة التلسينما أو غرفة التلسين على سبيل الاختصار .

ومع تطور العمل التليفزيوني واختراع وسائل التصوير الحديثة بدأ العمل بالكاميرات السينمائية في الانقراض التقريبي بعد ظهور كاميرا وحدات جمع الاخبار الالكترونية بين E.N.C وهي اختصار Electronic News Gathering أي تصويرها على شرائط فيديو مقاس ٣/٤ بوصة ثم ١/٢ بوصة بعد ذلك Betacam ومن ثم بدأت أجهزة عرض شرائط الفيديو

كاسيت فى غزو التلفزيون لتحل محل كاميرات التصوير السينمائى ، وبدأ الجميع يفضلونها لأسباب كثيرة أهمها :

١- درجة نقاء وجودة الصورة : إذ ان الصورة التى يشاهدها المصور والمخرج على جهاز المونيتور هى نفس الصورة التى يتم تسجيلها فعلا وبنفس الالوان التى يشاهدها المخرج على المونيتور أثناء التصوير .

٢- يستطيع المخرج والمصور المسجل ان يجرب تجربته على صلاحية التسجيل قبل مغادرة المكان .

٣- يستطيع المذيع أن يذيع مادته بعد تصويرها بلحظات ولا تحتاج إلى وقت للتخفيض والطبع وعرضها على أجهزة العرض السينمائى .

٤- سهولة المونتاج الذى يتم بطريقة اتوماتيكية تتحكم فيه الآلات الحاسبة بواسطة أجهزة Automatic Editing بأن يحدد المونيتور نهاية اللقطة على الشريط المسجل عليه وبداية

اللقطه من الشريط الذى يسجل منه ويضغط على زر اتوماتيكي لكي يتم المونتاج فى سهولة ويسر .

بينما كانت الكاميرات السينمائية تمثل ما يلى :

أ- الصورة التى يشاهدها المصور ليست الصورة التى يتم تسجيلها لانها تخضع لعمليات حسابية للمساحة وشدة الإضاءة ودرجة حساسية التقييم وهى أمور لا يوضحها جهاز الرؤية Viewer الذى يستخدمه المصور أثناء التصوير .

ب- يخضع التقييم بعد ذلك لعمليات التخميض والطبع وتصحيح الالوان وهى أمور خارجة عن نطاق تحكم المخرج والمصور ويتدخل رجال المعمل والاحماض فيها ولا بد من جودة الاحماض وصحة تركيبها ويقظة رجال المعمل وحرصهم حتى تخرج الصورة فى الشكل الذى اراده لها المصور .

ج- تقطع عمليات التحميض والطبع والمونتاج وكافة مراحل صناعة الفيلم وإضافة الصوت إلى أيام تجعل من المستحيل إذاعة هذه المادة قبل مرور عدة أيام .

د- تكاليف صناعة الفيلم الباهظة ابتداء من الخامات حتى الانتهاء من الحصول على النسخة النهائية الصالحة للعرض في التلفزيون ، الذي غالبا ما يذيع مواده اليومية والأسبوعية واحده ثم توضع في أرشيف ومكتبات التلفزيون لحين طلبها بعد مدة كبيرة أو الاستعانة بقطعة منها .

لكل هذه الأسباب أو لبعضها ثم غزو أجهزة الفيديو كاسيت إلى التلفزيون ودخلت معدات إذاعة شرائط الفيديو كاسيت إلى التلسين لتجمل محله أو لتشاركه بنصيب أوفر غرفة الإذاعة وإن كان الإعتماد على هذه الشرائط المغناطيسية اضعاف مرات الإعتماد على السينمائية .

لذلك نجد الآن في غرفة التلسين العديد من ماكينات عرض شرائط الفيديو كاسيت من طراز Betacam مقاس ٣/٤ بوصة ، ثم دخلت بعد ذلك شرائط الفيديو كاسيت من طراز Betacam مقاس ١/٢ بوصة .

وقد اتخذ منذ أيام قراز بتعميم نظام الفيديو كاسيت طراز Betacam مقاس ١/٢ بوصة (ص) في جميع ستوديوهات التلفزيون بعدما كان قاصرا على استخدامه في نشرات الاخبار والبرامج الاخبارية ، وذلك نتيجة للتطور التكنولوجي في هذا الطراز وقدرته على التسجيل بأعلى درجة من الجودة التي تضارع الشروط المغناطيسية الكبيرة مقاس واحد بوصة ، وكذلك لما في الكاميرا البيتاكام من امكانيات هندسية ذات تكنولوجيا عالية تتيح لها :

١- يستخدمها شخص واحد يستطيع القيام بنور المصور ومسجل الصوت ومزرع الإضاءة إذ أنه يثبت عليها ميكروفون وكشاف صغير :

٢- تعمل بأقل كمية من الإضاءة وتستطيع ان تضبط فتحة العدسة أوتوماتيكيا دون تدخل المصور

٣- تضم داخلها جهاز التسجيل :

٤- شرائط التسجيل صغيرة الحجم خفيفة الوزن .

٥- تعطى نتائج طبية ودرجة عالية من جودة الصورة .

٦- لها ميكروفونان منفصلان .

كذلك نرى فى غرفة التلسين مجموعة مكثبات اذاعة
شرائط الفيديو كاسيت .

ولكنه من الضروري أن تتواجد ماكينات عرض شرائط
الفيديو بثبت مقاس واحد بوصة الكبيرة الحجم لما لها من مزايا
عديدة فى التسجيل تفوق على شرائط الفيديو كاسيت بمراحل ،
إذ أن كبر حجم الرأس المغناطيسية يتيح لها قدرة على نسخ
درجة أعلا من الجودة فى الصوت والصورة .

وتتضم ايضا غرفة التلسين بعض وحدات مونتاج
الكاسيت الواحد بوصة ، إذ أن أى ماكينتين تستطيع ان تحولهما
إلى وحدة مونتاج ، الأولى للعرض والأخرى للتسجيل عليها .

كذلك يوجد فى غرفة التلسين جهاز عرض الشرائح
التي يستعان بها فى اذاعة اللقطات الصامتة الثابتة مثل المناظر
الطبيعية وشعارات المحطة ق ١ أو ق ٢ الثابتة وكذلك صور

الشخصيات في نشرات الأخبار والخرائط العالمية والشريحة
هي أحد (اللقطات الثابتة لفيلم ٣٥ مم)

وقد تطور هذه الشرائح - مقاس ٣٥مم - وتطورت
الأجهزة المستخدمة فيها هي اختراع تخزين الشرائح داخل
الكمبيوتر بحيث تستطيع تسجيل المنظر المصور على هذه
الشريحة ثم تنزعها بعد أن سجلها الكمبيوتر داخل ذاكرته
ويطلق على هذا الجهاز اسم Slides Stores

ويضم التلسين أيضاً جهاز الكتابة الإلكترونية وهو
عبارة عن جهاز نسبة الآلة الكاتبة يكتب بحروف الإلكترونية
موصلة على طاولة الصورة وتستطيع إذاعة هذه الكتابة فوراً
ويسجل انجهاز كتاباته على desk نسبة اسطوانة الموسيقى
وكل اسطوانة منها تتنوع ب ٢٠٠٠ صفحة ، تستطيع
استرجاعها وفقاً لأرقام الصفحات .

وليس من الغريب أن يضم التلسين وحدة مراقبة
الكاميرات Camera Control أو CCU ويستطيع المهندس من
هذا المكان التحكم الكامل في الكاميرات الموجودة داخل البلاتوه
وإصلاحها إذا ما حدث بها عطل دون الدخول إلى البلاتوه من

يساعده على اصلاح الاعطال التى تطرأ اثناء الإذاعة على الهواء أو التسجيل دون فتح باب الاستوديو .

العاملون فى الاستوديو :

أول من نقابل فى الاستوديو هو المخرج التليفزيونى وهو المسئول الأول عن العمل التليفزيونى وهو الذى يبدأ معه العمل إلى أن ينتهى والمخرج مثله مثل قائد السفينة فهو الذى يحدد موعد بدء العمل الى نهايته وهو الذى يصدر القرارات الفورية الصائبة وهو الذى يعقد المقارنات فى الوقت الضيق ليفاضل بين الأعمال المتعارضة ويحدد ايهم يتم .

والمشاهد يشاهد العمل التليفزيونى من خلال عيني المخرج ويسمعه من خلال اذنه .

فهو الذى يحدد اللقطة وحجمها ويحدد للمشاهدين أين ينظر وفى أى زاوية يقف وعلى أى مستوى يكون ... فإذا دخلت حديقة فإن المخرج هو الذى يحدد لك أين تنظر وينقل لك شخص معين من خلال عشرات الشخصيات الموجودة داخل الحديقة بل هو الذى يحدد لك ماذا تنظر فى هذا الشخص .

وهو الذى يحدد لك ماذا تسمع هل تسمع ضوضاء
الحديقة أم ضوء مياهها أم صوت الجوار الذى يدور أم تسمع
مزيجا من كل هذا .

ومهمة المخرج الأساسية فى التليفزيون هو أن يبدأ
العمل فى موعده وينتهى فى موعده ثم تأتى المهام الأخرى من
مستوى الأداء وشكله الفنى وجاذبية البرنامج .

ومن المؤكد أنه حتى يستطيع المخرج من استغلال ما
يتوفر له من امكانيات استغلالا فعالا وحتى يستطيع أن يوجه
المشاركين فى البرنامج والعاملين فيه ، فيجب أن تتوفر له له
مؤهلات شخصية معينة تساعد على أداء عمله أهمها :

١- القيادة :

قد يعمل مع مخرج التليفزيون فى البرنامج عدد كبير
يصل إلى المائة من ممثلين وعمال ومسرح ومهندسين ومنظمى
أزياء وعمال ومكياج ومونتيرين ونجارين ومهندسى صوت
وكتاب ومذيعين وضيوف وقد تكون لهم جميعا صلة مباشرة
بالبرنامج المذاع على الهواء بينما تكون صلة موظفى
التليفزيون بالبرنامج صلة غير مباشرة ، ويقوم المخرج بالتنسيق

بين جنودنا كل هؤلاء العاملين ، ويجب ان يعاون كلا منهم على بذل أقصى قدرته في زمن قصير نسبيا ، ويجب بالإضافة لذلك ان تتوفر لهم الثقة في حكمة لانهم يعتمدون على قراراته السريعة في كحل المشاكل اثناء ضغط العمل الهائل في فترة الإذاعة على الهواء لذلك كانت القيادة من أهم مؤهلات المخرج الشخصية .

٢- الذوق الحسن :

يتولى المخرج اخراج برنامج يدخل بيوت المشاهدين مباشرة ويقرر المخرج ما يتمشى مع الذوق الحسن ويحدد الخط الفاصل بين الفكاهة والفتن والحديث المعقول والحديث الفظ والكلام الساخر والمهين ، وليس للذوق الحسن دخل بالرقابة بل انه يرتبط ارتباطا وثيقا بالحساسية والشعور بالمسئولية تجاه المشاهد .

٣- الخيال الخلاق :

ان المخرج التلفزيوني لا يرى فقط عندما يقرأ لنص الكلمات والاشارات لكنه يتصور المشهد كله كاملا ويتفصيله

من صنع خياله فهو يرى الصور التي ستلتقطها الكاميرات
ويسمع الحوار والموسيقى وحتى يستفيد المخرج الى اقصى حد
من الامكانيات المتوفرة لديه فيجب ان يكون أكثر من قائد ذي
نوق حسن ، فهو يتصور البرنامج في مجموعة من بداية الأمر
ويخلق صورته في ذهنه إلى لو كان البرنامج قد تم فعلا وقد
يعدل من هذه الصورة أثناء التمرينات ، لكنه قبل أن يطلب
الإضاءة بشكل معين أو مؤثر صوتيا بذاته أو يرى إضافة
حركة ما أو وضع قائم آخر في المشهد فإنه يتصور كل ذلك
الجزء من المشهد الكامل .

٤ - استقصاء المعلومات :

ان التليفزيون مجال من مجالات العمل الربحية المركبة
الجديدة وهو يتطور باستمرار وحتى تستطيع أن تساير هذه
التطورات يجب أن يكون ذهنه حاضرا في أن تكون مشغولا
باستقصاء المعلومات والبحث عن كل جديد وهذا يعني بالنسبة
للمخرج اخلاصا للمهنة وحماسا يدفعه لكي يزيد من معلوماته
بين فترات عمله من الجهد أن الذي يعمل فيه ، فقد يرى
المعارض الفنية ليدرس تكوين اللوحات الفنية العظيمة وهو

أيضا صانع لوحات وهو يدرس أداء الممثلين في السينما وعلى المسرح ويستمع للموسيقى التي تمكن أن تعبر عن حوار التمثيلية ووقعها ويشاهد البالية لدراسة ما فيه من حركة ويتابع الناس لدراساتهم في حد ذاتهم وهو لا يهتم بتحسين واستكمال مهاراته الشخصية فحسب بل يساهم أيضا في تقدم المجال نفسه وهو يدرس فنون الإضاءة والديكور ويتعد ذلك إلى بعض مهن الحرفيين مثل النجارة وغيرها ويدرس الماكياج ليتعرف على طرق علاج الخاطئ منه .

٥- ضبط النفس :

ان مخرج التليفزيون يجب ان يكون قادرا على العمل تحت اشد انواع الضغوط الجسمانية والعقلية دون أن يفقد اعصابه .

أن التوتر ينتشر من فرد إلى آخر انتشار التيار الكهربائي ، والمخرج الذي يكشف صوته أو تصرفاته عما أصابه من توتر زائد سرعان ما يتبين أنه مع مجموعة متوترة الاعصاب ، سريعة الانفعال لا كفاءة لها من جميع العاملين معه

والمخرج الذي ينغمس في ثورة عاطفية يفقد ثقة العاملين معه ويستطيع أن يقول بحق لقد فقدت السيطرة على نفسي وعلى أوقف ومن ناحية ومن ناحية أخرى فإن المخرج الذي يتظاهر بالهدوء يحتفظ بالسيطرة ويولد شعورا بالثقة بين العاملين .

٦- المقدرة على استيعاب التفاصيل :

ان اخراج برنامج للتلفزيون يستدعي الاهتمام بجملة التفاصيل ويحتاج المخرج لتنسيقها ويعالجها وان يحذر في نفس الوقت ان يخرج هذه التفاصيل ومن المهم تبين ما هو هام وما يمكن صرف النظر عنه مؤقتا أو تكليف آخرين بعمله ولا يسرى ذلك على التفاصيل المتعلقة بتنظيم العمل فحسب بل على المشاكل العديدة التي تظهر أثناء التمرينات والبروفات ، فقد تعرض خمسون مشكلة بحاجة إلى الحل ولكن الوقت لا يتسع إلا لتصحيح أمرين أو ثلاثة منها فقط ، فإنها أكثر أهمية ، أن هناك فقرات ضعيفة في النص وهناك ممثل يتعثر في دوره وآخر يسيء قراءة سطر هام وثالث يتأخر في أداء جزء أساسي من دوره ويجب ان تتغير الحركة حتى تلتقط الكاميرا الصورة

بطريقة تحقق الأثر المطلوب كما تقع مشاكل تتصل بالميكروفوانت في موضع آخر و الإضاءة سيئة في مشهد من المشاهد كما أن ينبغي إزالة إحدى قوائم الديكور بعد أن انتهت الحاجة إليه ، وقد تم اعداد احد المشاهد ولكنه لا يحقق الأثر المطلوب بسبب عدم تباين الألوان المختلفة الظاهرة في الصورة تباينا كافيا ، وليست تلك سوى أمور قليلة تستدعي الاهتمام فإى اثنين أو ثلاثة منها سيكون لها أكبر الأثر على نجاح البرنامج في مجموعة ، أن على المخرج أن يقرر بسرعة وأن تكون حرارته سليمة .

وقد يتولد نتيجة لذلك شعور بأن هناك فئة قليلة من الناس ذوى قدرات خارقة وتتوفر لديهم المؤهلات الشخصية اللازمة للإخراج فى التلفزيون ومن الواضح أن الأمر ليس كذلك فبعض المؤهلات يمكن تسميتها ، كالسيطرة على النفس والمقدرة على التنظيم والتصرف فى التفاصيل واللباقة وبعض عناصر القيادة والإدراك السليم يمكن أحيانا أنه يحل محل الذوق الحسن الفطرى .

كما يمكن أن يحل انصميم على الشغف بالمعرفة والذكاء بحال الخيال الاخلاقى إلا أن المخرج المثالى يتمتع

بالمؤهلات الشخصية التي ذكرناها ، ومن المؤكد أنه لا ينبغي أن يفكر أحد في القيام بعمل مخرج التليفزيون . أن كان لا يستشعر من نفسية القدرة على تنمية هذه المواهب .

٧- التدريب المستمر :

يجب ان يلم مخرج التليفزيون اماما ثابتا ومستمرا بالأجهزة التي يستخدمها وامكانيات كل جهاز وكفاية أداء العاملين على هذه الأجهزة وإن كان هذا الإمام لا يتناول التفاصيل الفنية عادة ، فبعض المخرجين لا يعرفون سوى القليل عن استخدام الكاميرا ولكنهم يعتمدون على كفاءة المصور فأكثر الأمور أهمية أن يجدد المخرج الأثر المطلوب والأدب التي يستطيع بها تحقيق هذا الأثر .

١- مساعد المخرج وأول شخصية تقابلنا بعد ذلك هو مساعد المخرج ، المساعد هو حلقة الوصل بين المخرج وبين معظم مساعديه الآخرين في المجالات المختلفة وعليه أن ينفذ بكل دقة الخطة التي وضعها المخرج لترتيب وتنظيم عملية الإخراج ومتابعة تنفيذ الديكورات والمناظر والاكسسوارات والملابس ،

وتجهيزات الإضاءة والصوت والمؤثرات وتسجل الأغاني الموسيقية وتجهيز أماكن التصوير الخارجى التى يكون المخرج قد اختارها سلفا كذلك مراجعة الأدوار مع الممثلين ومتابعة تبليغ مواعيد البروفات وتنفيذها أى أنه هو المنفذ العملى لخطة الإخراج وهو اليد اليمنى للمخرج فى كل ما يسمى عمليات تنفيذ خطة الإخراج ، وهو بذلك يسرى للمخرج الخدمة الكبرى بأن يرفع عن كاهله تلك الأعباء الروتينية ليترك له الوقت اللازم ليقوم بعملية الابتكار والتركيز فى الاتجاه الذى تركز عليه وجهة نظره ..

بالطبع هناك عدة مساعدين لمخرج ... هناك المخرج المنفذ وهو الذى يطبق لدى البروفات النهائية والتسجيل ما أشار به المخرج تماما وما يقوم هو بالتنفيذ النهائى تحت إشراف المخرج .

هناك المساعد الأول للمخرج وهو الذى أشرنا إليه تقريبا فى واجبات مساعد المخرج وكذلك هناك مساعد النص Script وهو الذى يشرف على الأكسسوارات وتتابع اللقطات وملابس الممثلين بحيث تكون متوالية فلا يلبس ممثل وهو فى مكتبه بدله زرقاء ثم عندما يخرج من العمل ونراه منصرفا إلى

بيته أو يدخل من باب بيته نجد ان البدلة بتيه هذا هو الخطأ في
التتابع بالنسبة للملابس ... وكذلك كافة للحركة فإذا كانت
اللحظة التي تصورها هي لحظة واسعة لحوار حاد بين اثنين من
الممثلين وكان مفروضاً أن واحد منهما سيأتي بحركة شديدة
العنف واقتضى الأمر أن تكون اللحظة التالية لحظة مكبرة لدرجة
هذا الممثل .. لا بد أن نكون متابعين بتيه لمشاعره النفسية
والحركية اين كانت ميرته ... هل كان يشير بيده في اتجاه معين
وكيف كان شكل أصابعه وملامح وجهه ونبرة صوته وهل
تطابرت الكارئات ... هل كان يضع النظارة أم رفعها لن لم
يكن يضعها أصلاً ؟ ... هل كان باب الحجر مفتوحاً ويلقي
شعاع ضوء أم ذلك الضوء كان من خلفه في التلحذة ... وهكذا
لا بد من اثبات كل شيء ... حتى لا نفعل شيئاً .

هناك " رجل الكلاكيك " وهو ما يسمى بالتمسك الثلاث
وهو يهتم بأرقام النقاط ويكتب تقريراً بخاتم تسجيله وما هو
صالح منها ... الخ .

والمساعدون الثلاثة يقومون قبل بدء التصوير بإعداد
جدول عمل التصوير يراعى فيه أن يتم تصوير اللقطات
المتواجدة في نيكور واحد في وقت متوالى للوقت .. أن لا داعي

ابداً لأن اصبور لقطة في غرفة المكتب ثم أعود إلى غرفة النوم وبعد تلك غرفة الطعام وأرجع بعد ذلك إلى غرفة المكتب ، اننى إذا اتيت هذا الأسلوب أضيع الكثير من الوقت لأننى أنقل الكاميرات والميكروفونات وأحياناً الإضاءة من هذا الموقع إلى ذلك الموقع ثم أعود بهم مرة أخرى ولكن لو أننا صورنا لقطات غرفة المكتب كلها متوالية حتى تنتهى من هذا الديكور ، ثم انتقلنا إلى غرفة الطعام فصورنا كل الأحداث التى تتم منها مرة واحدة فاللقطات منفصلة بالطبع ... أن هذا الأسلوب يوفر لنا الكثير من الوقت والجهد وهو يعنى توفير المال ... أيضاً .

٢- مدير الاستوديو :

مسئول عن إدارة العمل داخل البلاتوه - فإذا كان المخرج هو قائد الجيش مثلاً ... فمدير الاستوديو هو قائد كتية الاقتحام ... وهو المسئول داخل البلاتوه ... وكل ما فى البلاتوه يقع تحت سيطرته وهو مسئول عن تركيب الديكور وتجهيز الملابس والاكسسوار (فى البلاتوه) ودخول الممثلين وخروجهم وكل حركة العمل داخل هذا البلاتوه فى شتى نواحيها وتتبعه فى هذا :

أ- عامل الاكسسوار أو مساعد الاكسسوار :

وهو الشخص المنوط به تحضير القطع المكملة للديكور كالكراسي والفايزات وأدوات المائدة... الخ . وينقسم الاكسسوار إلى نوعين : الرفيع وهو مثل الأطباق وأدوات المائدة وكل ما يشتمل باليد والثقيل وهو ما يكمل الديكور مثل غرف النوم والأكل والصالون ،

ب- مساعد الاستوديو :

وهم الذين يعاونون مدير الاستوديو في تسخير كل الأمور مثل رفع بعض قطع الاكسسوار أو الكراسي أو لإضافة أى شئ يطلب أو استبدال ما بهد المخرج

٣- مهندس الديكور :

وهو الذى يعد التفاهم مع المخرج - يقوم بتصميم مختلف الديكورات المطلوبة ووضع الرسوم التفصيلية لها ، وعمل خطة التنفيذ مع منفذ الديكور / ومهندس الديكور يقع على عاتق مهمة غاية الأهمية ، وهو أنه يسهم اسهاما كبيرا فى اظهار وجهة نظر المخرج والمؤلف من خلال الديكورات ،

حيث أنه باستطاعته أن يصفى على هذه الديكورات من فنه
لسمات تظهر الزمن الذي تدور فيه الأحداث والبيئة والمستوى
الاجتماعي :

ويعطى فكرة جيدة عن شخصيات كل ديكور ، فالديكور
الذي يمثل منظرًا في المدينة القديمة في الرباط غير الذي يمثل
قصرًا فاخرًا في ضواحي الرباط غير الذي يسكن في جبال
داخل البلاد غير منزل واحد يعمل بالصين ويعيش على البحر
قريبًا من مصدر مهنته وما يصلح ديكورًا لما كسبوا هاملت
شكسبير يختلف بالتأكيد عن مجنون ليلي أو كمبيز لأحمد شوقي
ويختلف بالتأكيد عن دمن كيشوت لسيرمانتس وعن البطة البرية
لابسن وعن ثلاثة نجيب محفوظ وإذا كنا نتحدث عن أوربا
مثلًا فإن ديكورات أوربا مثلًا تختلف عن ديكورات يونانية
أخرى من الأليازة ... وديكور امرأة من روما قد يختلف عن
ديكور كوفاريثس-أوساترتكون

وفي أسبانيا إذا تناولنا قصة عن الأندلس مثل فتح
الأندلس أحمد شال وعبد الرحمن أو فتاة غرناطة فهي تختلف
في محتوى مناظرها وديكورها عن (لمن تدق الأجراس) دون
كيشوت .

ومهندسى الديكور يتيح للمخرج الفرصة لأن تكون
زوايا تصويرية سهلة ومفتوحة وفيها قيمة جمالية عالية وأيضا
تعبير عن مضمون درامى وأيضا تشكيلي وأعمال الديكور يدخل
فيها حروف كثيرة لعلنا نستطيع أن نشير بسرعة إلى أهميتها
(المنفذ - النجار - النقاش - المنجد - الماشينست - المجلد -
عامل البلاستيك - النحات - المثال - طرق الحديد والنحاس -
تشغيل الألمونيوم -... الخ) وأيضا يتعاون معه رسامون
للمناظر على درجة عالية من الاتقان الفنى والجودة الحرفية .
ويرسم مهندس الديكور خطة الديكور الخاصة به على
خريطة خاصة بالاستوديو الذى يعمل به موضحا بهذه الخريطة
مساحة الاستوديو بواسطة المهندس على شكل مربعات وكل
مربع صغير على هذه الخريطة يساوى متر مربع ومحدد بهذه
الخريطة مداخل الاستوديو الغرف الملحقة به واين تقع غرفة
المراقبة التى يعمل بها المخرج ولا بد أن يوافق المخرج على
هذا الديكور ويوقع متن هذا الديكور حتى يصبح الرسم سارى
المفعول وتقدم ورش الديكور .

٤- المصورون :

المصور من أهم معاونى المخرج فالتليفزيون يعتمد
اسناس على الصورة التى تنقل من خلال الكاميرا ولذا يجب أن
يسهم المصور بكل طاقته فى تحويل العمل المكتوب إلى صورة
تأبضه بالحركة مفعجة بالحياتو والفن

لكل مصور دور معين يتم تحديده خلال التجارب
ويحمل كل واحد منهم اماهه فى الكاميرا ما نسميه (قائمة
اللقطات) Shoot ing list وهم يستطيعون بالطبع ان يدلوا
دائما بوجهات نظرهم فى العمل مقدمين بذلك خدمات جليلة لأن
لكل مصور وجهة نظره فى حجم اللقطة بل والزاوية ومحتوى
الكادر وأنتا أدنين شخصيا بكثير من الفضل لعدد من
المصورين الذين عملوا سعى فى اذكاء التعبير عن وجهة نظرى
بأحسن أسلوب ممكن وبالأذات فى الأذاعات الخارجية التى
توليت الاشراف عليها عشر سنوات بالإضافة لأشراف على
تنفيذ البرامج طول عشرين عاما .

ويجب ان يتصف المصور بالصفات التالية :

١- الاحساس بالتكوين ويأتى ذلك بالدراسة تتم الممارسة واكتساب الخبرة .

٢- الدراية التامة بالكاميرا ومكوناتها الاساسية واستخدام عدساتها أو عدسة الزوم الخاصة بها .

٣- ان تمتاز بالمهارة اليدوية العالية وسرعة الاستجابة الحركية حتى يمكن السيطرة على الكاميرا فإن عملية تحريك أو قيادة الكاميرا خاصة إذا كانت على Vinten أو كرين عملية ليست سهلة ولا هينة بل تحتاج إلى مجهود عضلى كبير متناسق مع التفكير-الذهنى .

٤- ان يكون لديه حساسية فائقة عند انتقاء المصادر عندما يكون فى الاذاعة الخارجية كما هو الحال مثلا فى حفلات الغناء أو مباريات الرياضة والبرامج الخارجية التى على المسابقات ولا يمكن تجهيز لقطاتها مسبقا ، أما فى البرامج المعدة بحناية

كالدرااما واستعراضات الاستوديو فيجب على قلة أن يسير طبقا لقائمة اللقطات Shooting list ولكن في برنامج اللقاءات والندوات فيجب عليه أن يكون معايشا لهذه الندوة فلا أحد يعرف من سيتكلم ومن سيقاطع ومن سيعقب وفي هذه الحالة يكون لكل مصور دور تصوير عدد من الشخصيات وايضا لابد للمخرج إلى جانب هذا ان يحتفظ بكاميرا تعطيه لقطة عامة لاستخدامها وقت الضرورة .

ومن المستحسن أن يكون المصورون هم المسئولون عن الإضاءة بحيث يكونون فريقا يكون واحد منهم في هذا البرنامج هو مدير الإضاءة وفي البرنامج الذي يليه هو القائم بهذا العمل بعد التآهم مع المخرج على ماهية المطلوب من الإضاءة وهكذا يكون فريقا متفاهما متعاوننا يسيطرون على حرفة العمل ويفهمون روحه ويقومون من داخلهم ما يوضح أو يزكى وجهة نظر المخرج ويؤكدوا ويضيفون بعض لمسات الجمال سواء بالأضواء أو بالظلال أو بالمؤثرات الإضافية الأخرى .

٥- مدير الإضاءة :

هو المسئول عن إضاءة الاستوديو وهي بالقطع ليست أمرا سهلا هينا ... فالأمر يقتضى وجود شبكة إضاءة فى سقف الاستوديو ثم قد يستعان بلمبات تعطى مؤثرات خاصة وكائنات وأوراق جلاتين ملونة تضاف لمسات فنية ، الإضاءة الأولى مجرد لكى تصدر عليها الكاميرا ثم تأتى الإضاءة المبدعة أو الفنية والتي تسهم فى خلق أو تصوير الشخصيات أو توحى بأحاسيس ومشاعر معينة وهنا لابد أن يراعى مدير الإضاءة نوع اللمبات والشاشات التى يستخدمها وشدة الضوء واتجاه مساره ولا بد له أن يقرر أى أنواع الإضاءة يصلح لهذا المشهد أو ذاك لهذا الوجه أو ذاك لهذا اللون من الإنتاج أو ذاك .

٦- مهندسى الصوت :

وهو من أهم أعة ان المخرج فالتليفزيون صوت إلى جانب صورة وقد تأتى الصورة أعلى ولكن الصوت شئ هام بالتأكيد ولا شك أننا نعرف أن مصادر الصوت متعددة ومختلفة وهناك الصوت الخفى : الصادر عن الممثل ... المذيع ...

المتحدث ... وهناك المؤثرات الصوتية الموجودة على
اسطوانات .

وهناك الموسيقى التصويرية الموجودة على شرائط ١/٤
بوصة وأحيانا شرائط الكاسيت .. ثم قد يكون هناك أغاني أو
رقصات ... بل قد يصل الأمر إلى ضرورة لعب عدة
مؤثرات في وقت واحد فقد تصور مشهدا بفترض أنه يدور في
الغابة أو في كوخ ريفي فنضع هنا مؤثرات لأصوات الريح
ومؤثرات لأصوات الطيور التي تعيش في الريف أو الغابة
وأصوات بعض الحيوانات وقد نضيف أصوات حفيف أوراق
الشجر أو صوت هرير المياه جدول قريب أو صوت نقاط
المطر وصوت البرعد مثلا ... الخ .

وهكذا نرى أن الأمر مركبا تركيبا شديدا وكل تلك
الأشياء يجب على مهندس الصوت أن يسيطر عليها سيطرة
محكمة لكي تخرج جميعا في هارموني واحد مفعم متجاوبة
ومتلاءمة مع الصورة ومكملة لها بل ومضيفة على الجد إضافة
طيبة وبعدا جديدا .

ويعمل مهندس الصوت عمله هذا من خلال المنضدة
المليئة بالأزرار والمفاتيح التي موجودة في غرفة مراقبة الاستوديو

ويأخذ تعليماته من . المخرج ويدونها عنده ويعمل على جهاز طاولة الصوت Audis Console وهو شئ ليس بالهين ويحتاج إلى مهارات خاصة لكي يتم مزج الأصوات المطلوبة في الأوقات المطلوبة بالكيفية المطلوبة قد تلجأ بعض أنظمة العمل إلى عمل مكسياج Mixage بعد انتهاء التصوير مثل السينما .

٧- الماكيز :

وهو الذي يعطى لكل شخصية مظهرها المناسب من النواحي الانطباعية والدرامية النفسية وهو مايؤثر كثيرا في العمل فشخصية عطيل بها سمات تختلف عن شخصية عنيزة بن شداد وشخصية اليهودي زيوس أو شيلوك تاجر البندقية تختلف عن شخصية بخيل موليد ، وشخصية زويه في قصر الشوق لتجيب محفوظ تختلف عن شخصية احسان شحاته في القاهرة : وعن شخصية برعى في السيمان والخريف وهاملت يختلف عن ماكبث - وطارق بن زياد يختلف عن خالدا بن الوليد عن الناصر صلاح الدين عن المعز لدين الله فإسمات التي يعطيها المكياج لخصيته ما تضيف كثيرا ملامح الشخصية

وتسهم اسهاما كبيرا فى تجسيدها مما يؤكد التركيبه الدراميه لهذه الشخصيه الدراميه لهذه الشخصيه مستخدما الكثير من أدوات التزيين والشعر المستعار ... الخ .

٨- المونتير :

الاجراج أو مراقب الصور يعنى على المونتاج الذى هو الذى يحدد مسلسل اللقطات ويقوم المخرج بعمل المونتاج الاساسى فى ذهنه فى البدايه ثم يضع حطة التصوير بناء على فكرة للقطع بين اللقطات المختلفه الصادرة من مختلف الكاميرات ثم ينفذ ذلك فى التمثيلات التى تعطى للمصورين ويقوم فى النهايه بتحقيق كل ذلك عن طريق المونتاج خلال التشغيل ولا بد بالطبع أن يكون المخرج قد زتب هذه الخطة على الورق فيما يسمى (الديكوباج) .

والمونتيير لابد أن يتمتع بحساسيه فائقة للحدوث الدرامى والصراع والايقاع لأن ذلك كله يساعد فى تحقيق أكثر قدر ممكن من التتابع السردى لإحداث أى عمل شئ .

٩- مدير الانتاج :

وهو العنصر الاساسى فى تقديم كافة الاساسات التى يتطلبها العمل من مستلزمات للديكور والاكسسوار إلى تحقيق وسائل النقل الى تجهيز أماكن التصوير وارسالي اوامر العمل واحضار الجميع المعاونة وترتيب المشتريات والتأجيرات ووضع برامج العمل مع مساعدي المخرج وهو المسئول عن تهيئة جو العمل جيداً بما يتبع المخرج ومن معه ان يقوموا بالعمل فى افضل ظروف الانتاج .

١٠- مراقب الكاميرات :-

يتواجد فى غرفة المراقبة وهو يراقب ويضبط الصور الظاهرة على وحدة مراقبة الكاميرات أى camera control . وهو يتحكم فى جودة الصورة عن طريق اجهزة هندسى للصورة - فهو فى مهامه الاساسية عليه ان يضبط الصورة هندسيا ولكنه يستطيع أن يغير من خصائص الصورة حسب طلب المخرج كأن يعطى لونا معيناً ويغلبه على بقية الالوان أو يجعل الجوانب .. أو يجعل الصورة سلبية .

١١- فنيو التلسينما والفيديو تب :-

وهو المسئولون عن عرض الأفلام ١٦ ، ٣٥ شرائح أو شرائط الفيديو تب المغناطيسية أو تسجيل البرامج على هذه الشرائط وهناك أيضا مونتاج الفيديو ومكساج الفيديو .

مساعدوا الكاميرات : وهو الشخص الذي يتولى مساعدة المصور أثناء تصوير أو فيلم فيضع المكان في المكان الذي يحدد لها كما يعمل على تقياد الكاميرات التي تتغذى الكاميرات بالصورة ومصادر الطاقة (الكهرباء) وساعات الأذان من ان ينقطع وعنيه ان يساعد في ارتفاع الكاميرا وهبوطها ، وتنفيذ ما يطلبه منه المصور .

مساعد الصوت :

وهو الشخص الذي يضع الميكروفونات في أماكنها على المدائن ويعمل على اصفائها في صدر بعض الضيوف أو يثبتها على حامل ذي ذراع طويله Boom ويقوم بتحريكها في اتجاه الضيوف كما عليه أن يتأكد من صلاحية ميكروفون للعمل وأن التوصيلات والأسلاك الخاصة به قد تم تركيبها ، ويقوم بعمل تجربة الميكروفونات مع مراقبة الصوت المختص .

الفصل السادس

خصائص التليفزيون

كوسيلة اتصال بالجمهور

لكل وسيلة إتصال جماهيرية خصائص معينة تحدد شخصيتها وتؤثر في أداء ما تقوم به من أهداف ووظائف في النظام الاجتماعي . وتأتي " الخصائص الذاتية " للوسيلة في مقدمة محددات انتشارها بين الجماهير والتأثير المتحقق والمحتمل والتلفزيون كوسيلة إتصال جماهيرية يجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون والضوء ، ويكون بذلك مشهداً كاملاً ، فهو خلاصة الراديو والسينما ، ويضيف التلفزيون إلى سحر الصوت إغراء الصورة المتحركة مما يمكن المشاهد من الاحتكاك بالعالم الخارجي دون أن يتحرك من منزله كما يمكن للتلفزيون بفضل سهولة حركة الكاميرا وتعددتها ، أن يقدم لمحات مختلفة للصورة الواحدة بتنوع الزوايا وتناولها المخطط كما يمتلك التلفزيون القدرة على مضاعفة الوثائق المرئية ليسجل بالصورة تحقيقاً أو مقابلة ، صحفية أو غيرها ويقدم التلفزيون تنوعاً كبيراً في البرامج طوال فترة الإرسال وإن كان يقيد المشاهد من حيث ضرورة الجلوس والمشاهدة ، فهو لا يترك الحرية للوضع والحركة ، كما أن مشاهد التلفزيون في استطاعته أن يحتفظ بذاتية ردود أفعاله الشخصية وحريته في الحكم على الأشياء الأمر

الذى يمكنه من الإفلات من الانكساج مع المتشاهد أو الذويان فيها ، فالنليفيون إذن يصون الأضالة الشخصية وحاسة النقد والاستقلال فى الحكم على الأشياء .

وفى علاقة المشاهد بالنليفيون ، تبرز مجموعة من الخصائص فى إطار هذه العلاقة وتنعكس بالضرورة على التأثير الفعلى والمحتمل ، كما يتأثر بالظروف الشخصية والاجتماعية للفرد . وتتحدد أهم الخصائص فى النقاط الآتية :

(١) الاستحواذ :

ويعنى أن للنليفيون يتمتع بالقدرة على جذب انتباه المشاهدين وإثارة اهتمامهم وبالتالي الاستحواذ على نفسية هؤلاء المشاهدين وهذه الصفة - الاستحواذ - تملئها الطبيعة المادية للنليفيون فهو يشيطر على سماع المشاهد وبصره ، ويركز الانتباه على صورة متحركة ناطقة متغيرة تنحصر فى إطار صغير محدود ولا يكلف المشاهد جهداً وينتقل معه فى حجرة الجلوس أو قريباً من مائدة الطعام أو أى مكان يراه مناسباً له .

بـ لا يكافئه ، مشقة الخروج من المنزل للتناسية ، أو حجز ذاكر
السينما ، أو في مباراة لكرة القدم ، فالتلفزيون يوفر للمشاهد كل
ذلك وهو جالس في مقعده ، يصل إليه دون جهد يذكر ، وبالتالي
تزداد احتمالات التعرض للتلفزيون تمشياً مع معادلة كسر
الاختيار والفائدة بأن :

اختيار الرسالة = $\frac{\text{قدر للجزاء أو العائد} - \text{قدر الخسارة أو العقاب}}{\text{الجهد المبذول}}$
--

فالتلفزيون يوفر للمشاهد الجهد الذي كان سيبدله فيما لو ذهب
إلى السينما أو المسرح ، أو قرأ الصحيفة ، كما أنه يشبع رغباته
من خلال التنوع في البرامج . وهذا بالطبع يزيد من تأثير
التلفزيون .

(٢) التكرار :

نظراً لاتساع وقت الارسال الكلى للتليفزيون ، ونظراً للتكاليف المرتفعة نسبياً التي يحتاجها إنتاج البرامج والمواد التليفزيونية يضطر إلى إعادة عرض العديد من المواد والبرامج خاصة ذات الطابع الدرامي ، حتى يتمكن من ملء ساعات الارسال . والتكرار سلاح ذو حدين ، فهو يؤدي إلى تثبيت الفكرة أو التذكير بها . وزيادة معرفة الجماهير بها . فإذا فاتهم فرصة التعرض لها فإن تكرار عرضها يتيح لهم الفرصة في التعرض لها وهكذا غير أنه على الجانب الآخر نجد أنه (التكرار) قد يؤدي إلى الملل والانتصاف عن المشاهدة الأمر الذي يستوجب أن يكون التكرار في إطار من التنويع وأن يتم اختيار الأفكار بعناية حتى يضمن التليفزيون الاحتفاظ بالمشاهد .

(٣) بطء التأثير وصعوبة تحديده :

هذه الخاصية ترتبط أكثر بالتأثير في مجال التغير القيمي والسلوكي والاتجاهات خاصة إذا كانت ذات طبيعة راسخة في

شخصيات الأفراد . ففي هذه الحالة يساعد التليفزيون على التغيير بطريقة غير مباشرة ، وبمساعدة الاتصال الشخصى الذى يعتبر أكثر فعالية فى هذا التغيير ، ويتطلب معرفة التأثير من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية بصفة عامة التحديد الدقيق لنوع التأثير المطلوب إحداثه بمعنى هل هو الاثر Effect بصفة عامة ؟ أم الفعالية Effectiveness . بمعنى قدرة وسائل الاتصال على تحقيق أغراض محددة كما يتطلب تحديد العامل الزمنى ، بمعنى ، أن مجال التأثير يرتبط بالظروف الماضية أو المستقبلية ، وما هو مستوى هذا التأثير ، هل هو على مستوى الفرد أم على مستوى التنظيم أو الجماعة أو المجتمع ككل ، وهل هو الرأى أو المعتقد أو السلوك أو الاتجاه أهل هذه الامور بالاضافة إلى تداخل العديد من المؤثرات فى تشكيل معارف الأفراد ومعتقداتهم واتجاهاتهم تجعل تحديد تأثير التليفزيون وغيره من وسائل الاتصال الجماهيرية عملية ليست بالسهلة .

(٤) الاعتماد على الواقع والخيال :

يقدم التليفزيون للبرامج والمواد التي تتناول أشياء وموضوعات وشخصيات وأحداث حقيقية مثل البرامج الإخبارية والبرامج العلمية والأدبية وغيرها ، كما يقدم برامج ومواد تتناول أحداثاً وشخصيات وهمية ، وإن كانت في إطار مواقف مألوفة وغير مألوفة للمشاهد ، وفي كلتا الحالتين - الحقيقة والخيال نجد أن برامج الحقيقة تجذب إنتباه المشاهد وتزوده بالمعلومات عن البيئة المحيطة والبيئات الخارجية ، وبرامج الخيال تزيد من الطاقات الإبداعية والتصورية والإدراكية له ، واعتماد التليفزيون على الواقع والخيال يزيد من إمكانياته في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى المشاهد .

(٥) تحديد الاختيار :

مشاهد التليفزيون عليه أن يختار المادة أو البرنامج سواء باختيار القناة أو الوقت أو التوقيت ، وقبل ذلك فهو يختار المادة بما تتضمنه من أبعاد بشرية وتكنولوجية معنى ذلك أن هناك

ما يمكن تسميته بالحرية المقيدة في الاختيار فهناك حرية لأن المشاهد حر في اختيار ما يشاهده . ولكن إطار هذه الحرية محدد فيما يقدمه التلفزيون وهذا بالتالي يتطلب من واضعي السياسة الإعلامية ومخططي البرامج حسن اختيار المواد المقدمة بحيث تكون متنوعة وهادفة وتناسب مختلف الفئات الجماهيرية وتزداد أهمية هذه الفكرة إذا كان التلفزيون يصدد التعامل مع قضايا ذات صفة حيوية ومحددة مثل بلورة وتكوين الوعي الاجتماعي من أجل التغير والتنمية ففي هذه الحالة سيواجه التلفزيون قطاعات عريضة من الجماهير لها خصائصها المتميزة ودورها المختلف وقناعاتها الخاصة والمرحلة الحضارية التي يمر بها إلى جانب شكل خاص من الوعي بقضايا معينة .

(٦) القدرة على الاقتناع :

فيما يتعلق بدور الاقتناع في الامتثال Conformity للقضايا الاجتماعية فقد أجريت عدة تجارب حيث قام المجازر بتوصيل عدة أفكار إلى مجموعات من المشاهدين Audience من تلك

التجربة التي قام بها كلاً من " هوفلاند " Hovland ولومسدیان Lumsdiane وشيفيلد Sheffield (١٩٤٩) قبيل إنتهاء الحرب العالمية الثانية . وكانت هذه الدراسة تستهدف معرفة أى الطرق أكثر تأثيراً فى جمهور المشاهدين . عرض القضية من جانب واحد ، أم تعرض وجهتى النظر المؤيدة والمعارضة معاً ، وكان الهدف للعمل فى الدراسة هو منع الجنود الأمريكان من توقع إنتهاء الحرب مع اليابان بسرعة بعد أن إنتهت مع أوروبا ، أحد البرامج إستهدف بيان أسباب إحتمال استمرار الحرب لمدة أطول ، والبرنامج الثانى ركز على الاحتمالين : الإنتهاء القريب والبعيد معاً ، وقبل هذه التجربة كان الجنود قدروا طول مدة الحرب مع اليابان ولذلك فإن تغير آرائهم بعد سماع البرنامج الاذاعى يعزى إلى البرنامج وتأثيره .

لقد تبين أن للبرنامج تأثيراً كبيراً ، فقد زادت نسبة الجنود الذين كانوا يزرون أن الحرب سوف تَمتد إلى ١٥،٥ سنة مع اليابان زادت من ٣٧٪ قبل البرنامج إلى ٩٥٪ بعده ، ويتبين أن لكلا التوعنين من البرنامج تأثيراً متساوياً .

كذلك دلت البحوث أن فاعلية البرامج تتوقف على مدى الثقة التي يدين بها المشاهدون للمحاضر . فلقد أجريت تجربة داخل إحدى البوحدات الإذاعة الأمريكية وقام بإلقاء المحاضرات ثلاثة خطباء ، قدم كل منهم مجموعة المشاهدين بطريقة مختلفة .

الأول على أن له موقفا إيجابيا من موضوع الحديث وهو علاج الأحداث الجناح ، الثاني ، على أنه له موقف متسايد ، والثالث على أنه سلبي ، فقبول آراء المتحدث يتوقف على مكانته العالية High Prestige فلقد اتخذ التغير في الرأي أو عبارة أخوتي تأثير المحاضر الترتيب الآتي :-

(أ) الإيجابي صاحب المكانة العالية .

(ب) المحايد .

(ج) السلبي .

على كل حال هذا فقط بالنسبة للأثر المباشر ، أما بعد ثلاثة أسابيع فلقد وجد أن هذه النسبة تغيرت بما يرحى بأن الناس يذكرون المعاني والقضايا ويفكرون فيها بصراحة ، النظر من شخصية قائلها أو مكانته .

كذلك وجد أن إثارة الخوف Fear فى نفوس الناس من العوامل التى تسهم فى إقناعهم سواء فى الأمور الصحية أو الدينية أو فى المعارك السياسية . ولقد أجريت تجربة على مجموعة من طلاب المدارس الثانوية حيث أقيمت عليهم محاضرة أثارت فيهم الخوف من الإصابة بأمراض الاسنان ووجد أنهم امتثلوا للقيام بالتمارين المطلوبة للمحافظة على الاسنان ولكن وجد على وجه العموم ، أن المثيرات الخالية من الخوف أو التهديد أكثر نجاحاً فى تغيير اتجاهات الناس .

على كل حال أقصى درجات تغيير اتجاهات الناس ومفاهيمهم فى العملية التى يطلق عليها غسيل المخ Brain washing والتى تستهدف تنظيف العقول Cleansing of the mind أو إعادة تعليم الأفراد أو الإصلاح الفكرى Thought reform أو التربية العقائدية Indoctination والتى كثيراً ما تستخدم لإحداث تغييرات جذرية ومتطرفة فى عقائد الناس ، وذلك بقصد إعتناقهم مبادئ سياسية أو إجتماعية معينة ، كما تستخدم هذه العمليات مع أسرى الحرب والجواسيس والمتهمين ، بقصد إنتراع الاعترافات منهم

وتتمتاز بأنها لا تعتمد على العنف أو الإيذاء البدني وإنما على أساليب إقناع معينة فتستخدم هذه الأساليب لتغير اتجاهات الأفراد Attitudes وقيمهم Values وعقائدهم Beliefs وآرائهم Opinions وسلوكهم .

(٧) القدرة على تنمية المهارات اللغوية :

هناك حقيقة جديرة بالاشارة هي أن المهارات اللغوية Language skills عند الاطفال تتأثر بالعوامل الثقافية كالمستوى الاقتصادي والاجتماعي وكثرة الافراد الكبار الذين يختلط بهم الطفل .

فقد لاحظت تمبلين Templin (١٩٥٧) في دراستها أن أطفالها كانوا يتحدثون أكثر Moretalking واستخدموا كلاماً أكثر نضجاً وتنظيماً عما كان الوضع عليه عند الاطفال منذ ٢٥ سنة مضت . كذلك لاحظت أن الفروق التي بين الجنسين في هذه القدرات قلت بينما بقيت الفروق التي ترجع إلى المستوى الاجتماعي والاقتصادي كما هي Socioeconomic differences

ويبدو ان التليفزيون عامل أساسي وهام في إحداث هذا التغير ، فهو يؤدي إلى حدوث تحسين عام في المهارة اللغوية في الاطفال الصغار ، وفي نفس الوقت يقلل من أثر الاختلاف في الظروف البيئية التي يتعرض لها الاطفال ، ومن أمثلة ، الدراسات الشهيرة في هذا الميدان دراسة كل من همليت HimmelWeet وأوبنهم Oppenheim وكذلك دراسة كل من فينسى Vince (١٩٥٨) ، و شرام Schramm وليلى Lyle وباركر Parker هاتان الدراستان تتفقان في أن التليفزيون يزيد من المعلومات ، ويحتل أن تكون الزيادة في المفردات Vocabularyinformation عند كل الاطفال ، ولكن الاطفال الذين ينحدرون من خلفيات إجتماعية واقتصادية منخفضة وكذلك الاطفال أصحاب القدرات للضعيفة يستفيدون أكثر وفائدتهم تدوم لمدة أطول .

فالتليفزيون يفترض أنه أداة مثيرة Stimulating ومشجعة للنمو اللغوي أكثر من المؤثرات البيئية الأخرى. ولقد وجد أنه يقلل من الفروقات في القدرة اللغوية بين الأسر ذات المستويات الاجتماعية والاقتصادية المختلفة Narrows the differences

والفروق التي ترجع إلى المناطق والطبقات الاجتماعية كذلك .
ولكن ينقصنا في هذا المجال القدرة على التعزيز
Reinforcement أى تعزيز استجابات الأطفال المشاهدين
والفاعل معهم .

ويعد التليفزيون من أدوات التنشئة الاجتماعية
Socialization .

(٨) القدرة على التعليم الاجتماعى :

تقول شايون Shayon (١٩٥١) فى أثره فى التعليم
الاجتماعى "أنه أقصر الطرق فى الوصول إلى عالم الكبار أنه
المنفذ الذى يطل منه الطفل على عالم الكبار . هو الباب الخلفى
السريع لذلك . لم يحدث قط أن كان مشغولا عن الحديث مع
أطفالنا . ولم يحدث أن يتركهم لأن عليه أن يعد الطعام ، أنه
يلعب معهم ويشاركهم العمل ، أنه يريد أن يحصل على انتباههم ،
ويحتاج إليه ويفعل كل شيء فى سبيل الحصول على هذا الانتباه.

وقد يقال فيه أنه يقدم صورة مشوهة لعالم الكبار ، إنما الحقيقة كما دلت تجارب هملاويث غير ذلك ، فقد أكدت مجموعة المشاهدين للنكاء ، والشجاعة كأسس هامة في النجاح في حياة الكبار أكدت ذلك أكثر من غير المشاهدين ولم يكن هناك فرق بين المشاهدين وغير المشاهدين في الاتجاه نحو المدرسة ، والعمل المدرسي ، والمدرسين بل أن المشاهدة أدت إلى ارتفاع مستوى طموح الصغار Level of aspiration وفي الأطفال الأكبر سناً (١٣ - ١٤ سنة) أدت المشاهدة إلى ظهور قلق واقعي وتخاوف حول مشاكل الكبار .

إن التليفزيون يقلل من فروق الطبقة الاجتماعية في المعلومات العامة والمفردات اللغوية ، والأطفال يحصلون على مفردات أكثر من الكبار ، و الأقل ذكاء أكثر من الأكثر ذكاء ، وكثيرو المشاهدة أكثر من قليلي المشاهدة ولقد تبين أن مشاهدة الأطفال الأمريكيين لا تقلل من نسبة قراءة الكتب ، ومعظم المجلات الهزلية ، ويبدو أن المشاهدة تقلل من زمن الاستذكار Study time وقراءة الكتب الجادة وإنما أثره قليل في ذلك ،

وذلك لدى الأطفال في اليابان وربما يرجع ذلك لأنهم يقرأون كتباً جديّة أكثر من الأطفال الإنجليز والأمريكان ، وكذلك يستذكرون لساعات أطول . كما لاحظ ماكوبي Maccoby (١٩٦٤) فإن المشاهدة تقلل النشاط المماثلة أو المتكافئة معها كقراءة الكتب الهزلية وارتداد دور السينما .

وهناك إجماع بين المفكرين على أن تأثير التليفزيون السيء ليس بالضخامة والتهويل اللتين تشاعان عنه . فهناك حقيقة فروق بين المشاهدين وغير المشاهدين ، ولكن هذه الفروق بسيطة وصغيرة وليست دائماً في صالح غير المشاهدين .

إن الآثار السيئة لوسائل الاعلام العامة دائماً يبالغ فيها لأن معظم الدراسات التي أدانتها لم تستخدم مجموعات ضابطة Control Groups واستخدمت جماعات منحرفة وشاذة وصغيرة من المجتمع الأصلي واستخدم أسئلة تقود إلى الإجابة Leading questions بحيث يجيب الفرد عليها الإجابة المتوقعة . كأن يسأل الحدث الجاني : هل أدت الكتب الهزلية إلى جنوحك ؟ فبالطبع يجيب غالبية الأحداث الجناح على مثل هذه الأسئلة

بالإيجاب ، وذلك لتحويل اللوم من أنفسهم إلى عوامل أخرى ، ولتفادى التعمق فى النظر إلى دوافعهم الداخلية ، والدراسات المصممة تصميمًا جيدًا لم تكشف عن أى تأثير ضار على سلوك معظم الاطفال ، ولكن تؤثر هذه الوسائل على بعض الصغار فقط .

وهنا نتساءل عن نوعية هؤلاء الاطفال الذين يتأثرون بوسائل الاعلام العامة ان هؤلاء الاطفال هم الذين "يدمنون" مشاهدة هذه الوسائل فالاطفال الذين يدمنون قراءة الكتب الهزلية لديهم نزعات عصابية أكثر من غيرهم ويميلون إلى صغر الحجم ، وإلى الضعف ويتقمصون أو يتوحدون مع رموز البطولة الخيالية الخارقة القادرة على عمل كل شيء مثل "سوبرمان" .

وبالنسبة للتلفزيون وجدت هيملويت أن مدمنى المشاهدة لديهم شعور قوى بالنبذ والطرده ، وعدم الأمان أكثر من أولئك المشاهدين الذين يشاهدون فى المناسبات فقط ، أو يشاهدون نادراً ، ولقد وجد أن الاطفال الذين يرغبون فى الاتسحاب من الحياه الواقعية يلجأون إلى السينما أو التلفزيون للمواساة والسلوى

والعزاء ، ولكن هذه الصفات المرضية ، والإنسحابية كانت توجد في الاطفال قبل أن تحصل الأسرة على التليفزيون . والتليفزيون يشبع نفس الحاجات التي يسعى إلى إشباعها الطفل عن طريق السينما أو الراديو إذا لم يتيسر له الحصول على التليفزيون ، فلقد وجدته بيلين Bailyn تؤكداً لنتائج هملويت ، حيث لاحظ أن الاطفال الذين يخضعون للاحباط Frustration الشديد في المنزل يشاهدون التليفزيون أكثر من الاطفال غير المحيطين ويصدق ذلك على القليل في أبناء الطبقات المتوسطة والطبقات العليا . بل هؤلاء الاطفال المحيطين يتصلون أكثر بوسائل الاتصال العامة ويركزون عليها ويصبحون أكثر قدرة على إسترجاع العنف الذي شاهدوه والواقع أن المدمنين أقل في روحهم الاجتماعية وأكثر إحباطاً ، وأكثر إحاطة بالمشاكل والنزعات العصابية والحقيقة أن الدراسة المعتمدة في هذا المجال هي الدراسة التي تعتمد على قياس هذه السمات في الأطفال قبل المشاهدة وبعدها . ان ادمان وسائل الاعلام هو في الحقيقة عرض أكثر من كونه سبباً في الاضطراب الاجتماعي وباختصار فان الآثار السلبية لوسائل الاتصال بسيطة في حين أن لها كثيراً من الآثار الإيجابية .

وعلى حين نجد أنه من الممكن أن يتعلم الأطفال الكثير من التليفزيون إلا أن ذلك لا يحدث لأن التليفزيون يحل محل أنشطة عقلية أخرى كالقراءة Reading ويبدو أن التليفزيون لا يقود الطفل إلى عمل أى شيء على الرغم من تقديم نموذج يقوم بعمل أشياء أمام التلميذ .

٩- القدرة على التنشئة الاجتماعية :

عملية التنشئة الاجتماعية Socialization هي العملية التي يخضع فيها الفرد لتدخل إيجابى بواسطة المؤسسات الاجتماعية التي تسعى لصقله ، وتركز هذه العملية على غرس مجموعة المعايير الاجتماعية والقيم الثقافية الموجودة فى البيئة المعينة الحقيقية حتى يستطيع أن يتعامل معها الطفل وفى هذا الصدد يفترض أن التليفزيون قد يكون وسيلة للتنفيس وتصريف الطاقات المشحونة ، وبذلك فهو أداة للعلاج . ويقال أيضاً فى نزعة الهروب باللجوء إلى مشاهدة التليفزيون أننا ينبغي ألا نخلط بين

العرض والسبب ، فمشاهدة التليفزيون هي عرض للأطفال
المرضى أصلاً وليست هي سبب المرض .

هناك كثير من الدراسات التي أوضحت أن الأطفال يقلدون
السلوك العدواني والعنف الذي يشاهدونه بالقدر الذي يقلدون به
النماذج الحية ، وأن هذا التقليد يستمر لفترة طويلة نسبياً وخاصة
عندما يصور النموذج المعتدى على أنه ناجح . وتبدل دراسة
محتويات برامج التليفزيون الأمريكي على أن معظم الممثلين
يستخدمون طرقاً عنيفة للوصول إلى الغايات المرغوبة وأن
الطرق غير المقبولة إجتماعية تصور على أنها أكثر قدرة ونجاحاً
عن الطرق المقبولة .

ولسو الحظ فإن دراسة أثر التليفزيون على الجانب المعرفي
Cognitive ما زالت مهمة ، إحدى الدراسات أوضحت أن
تعرض الأطفال لبرامج مكثفة جعل تفكيرهم جامداً . ولكن
ما زالت هناك كثير من الأسئلة :
• ما هو أثر الإعلانات مثلاً على لغة الطفل ؟

- هل تؤثر طريقة الاقناع الدعائية في التليفزيون على لغة الإقناع عند الأطفال في مجالات أخرى ؟
 - هل يساعد التليفزيون في التمييز بين الحقيقة والخيال ؟
 - هل المعطيات المصورة التي يقدمها تعطل التفكير المنطقي الغير مصور ؟
 - وأخيراً هل يتأثر نمط العلاقة بين الآباء والأطفال بالتليفزيون ؟
- ولاشك أن التليفزيون يقدم نماذج كثيرة للأبوة وللطفولة معاً .
فما مدى تطبيقها في مجال الواقع :

(١٠) دورة في التوجيه المهني :

كذلك لقد استخدم التليفزيون سواء ذا الدائرة المغلقة أو التليفزيون التجاري ، في تقديم المعلومات لكل ن الإباء والطلاب التي تفيدهم في التوجيه المهني Guidance Vocational واختيار المهن الملائمة وتتضمن البرامج في مثل هذه المناشط إعداداً دقيقاً وتخطيطاً سليماً ومناقشات واسعة حول هذا

الموضوع ، ومناقشة العاملين القدامى فى مهنة معينة ، ومتطلبات هذه المهنة والعلاقة بين العمال وأصحاب العمل .

(١١) أثره فى تنمية الحس الخلقى :

فى حديثه عن النمو الخلقى فى الأطفال
Character development in children يعد فيرنون جون
Vernon Jones هذه المؤثرات التى تتضمن العوامل البيولوجية
الوراثية ، وتأثير الذكاء ، ثم المؤثرات البيئية ، كالأثر المنزل ،
وتأثير المدرسة ، والاندية والسينما والراديو والتلفزيون ثم تأثير
الثقافة العامة للمجتمع .

وهنا نتساءل ماهى العلاقة بين التلفزيون وأخلاق الأطفال ؟

ويفترض جون أن هناك بعض البرامج التى تسهم فى نمو
الخلق والمواطنة Character and citizenship لدى المستمعين .
من أمثلة هذه البرامج مناقشة الموضوعات الراهنة ، خطب القادة
والزعماء ، بعض برامج الأخبار والبرامج الموسيقية العالمية
ولكن معظم البحوث ركزت على برامج مثل الجرائم والرعب

والغموض واستعراض نتائج مثل هذه الدراسات يضعنا أمام إجابتين : الأولى تتبع من أصحاب النزعات الطبية العلاجية أو العيادية ومؤداهما أن مثل هذه البرامج توفر مخرجاً أو منفذاً Outlet للانفعالات المحبوسة Pentupemotions مثل انفعالات الغضب والعدوان والكراهية إنها في نظرهم تعمل على تصريف وإزالة Release الانفعالات التي تثيرها هذه البرامج . أما وجهة النظر الثانية فيمثلها بحث رولاند Rowland (١٩٤٤) وغيره ، ومؤداهما أن البرامج الإذاعية ربما تنمي مشاعر الإحباط التي تؤدي بدورها إلى السلوك العدواني Aggressive behaviour وتفسد القصص الإجرامية المذاعة وظيفه وأساليب الوكالات التي تحمي القانون وتنفذه Law enforcement agencies أما دى بور DeBoor فيقول إن مثل هذه البرامج تسبب استجابات إنفعالية قوية في الأطفال .

ويخلص جون إلى القول بأن " هذه الدراسات وغيرها تقودنا للاستنتاج بأنه إلى الحد الذي يرى فيه الأطفال أو يسمعون برامج مبالغ في انفعاليتها Overmotionalized وغير واقعية ، وضد

المجتمع ، يوماً بعد يوم فإنهم فى الأغلب يخضعون لمؤثرات
شرطية تجمعية غير حسنة من وجهة نظر الصحة العقلية
Mental hygiene أو النمو الخلقى .

(١٢) دوره فى قضاء وقت الفراغ :

لقد أوضحت الدراسات فى الماضى ان اقل القطاعات
الاجتماعية اهتماما بالتلفزيون كانت من أرباب عمر
العشرات Teenagers ولكن منذ بداية برامج الموسيقى الشعبية
Popmusic المحسمة خصيصا لجذب إنتباه المشاهدين الصغار
زد تأثير التلفزيون فيهم . فى دراسة مايكل سكوفيلد
M. Schofield سأل كل فرد من أفراد عينته : ما الذى كنت
تفعله الليلة السابقة للمقابلة ، وفى يوم السبت الماضى ؟ لقد تبين
أن التلفزيون كان أكثر النشاط التى ذكرتها هذه العينة سواء
خلال أيام الاسبوع أو فى نهاياته ، وبينما كانت نشاط أخرى
مثل الزيارات ، الشرب ، الدراسة والرياضة ، والسينما ،
والرقص . أقل من التلفزيون وذلك بالنسبة للذكور أما بالنسبة

للإناث فكانت مداخلتهن التي تلى في الترتيب التلفزيوني ، زيارة
الأصدقاء الاستماع إلى التسجيلات استضافة الأصدقاء في
المنزل ، وفي نهايات الأسبوع كانت الزيارات والشرب والرقص
والسينما .

ولقد وجدت النسب الآتية يشاهدون التلفزيون في إحدى ليالي
الأسبوع .

خلال أيام الأسبوع	ذكور	إناث
	٣١٪	٢٧
		٪

السبت مساءً ١٨٪ حيث يتوقع أن يكون معظم الشباب خارج
المنزل ولقد قرروا أنهم يشاهدون التلفزيون ست أو سبع ليال في
الأسبوع ، وذلك عند ١٠٪ من مجموع الإناث والذكور معاً و
٣٤٪ شاهدوه من ٣ : ٥ ليال في الأسبوع و ٥٦٪ شاهدوه قليلاً
أو نادراً ، ولكن لم يتضح أي تأثير للتلفزيون على نشاط هذه
الفئة الجنسية أو خبرتهم الجنسية فلم تختلف عند المشاهدين كثيراً
والمشاهدين قليلاً .

الفصل السابع

الخبر التليفزيوني

الخبر التليفزيونى ماهيته وأهميته التليفزيون كجهاز اخبارى

أصبح التليفزيون كجهاز اخبارى informative medium سمه من سمات العصر ، وليس هناك ما يضارع التليفزيون كوسيلة اعلامية فى قدرته على تغطية الاحداث حال وقوعها ، وتقديمها فى مشاهدة متكاملة ، لتحكى ما يحدث فى انحاء العالم بلغة بصرية مفهومة لغالبية البشر تزداد واقعية بلونها الطبيعى ، وصوتها الاصلى ، وحركتها التى تجذب انتباه المشاهدين أكثر من أى شئ ، مما يكون لها تأثيرها البالغ فى نفسية المشاهدين من مختلف الاعمار والثقافات والاجناس ، حتى أصبحت لا يستهان بها حتى فى حياة واضعى القرار ، الأمر الذى حدى بروبرت كيندى أن يفضل أن يظهر لمدة ثوان معدودة فى نشرات اخبار التليفزيون المسائية على أن يكتب عنه فى كافة صحف المساء .

التليفزيون أحسن وسيلة لنقل الأخبار :

ويعتبر التليفزيون أحسن وسيلة لنقل الاخبار ، ويشير "هينري كاسيرر" إلى أن للتليفزيون دورا لا مثيل له في نقل الاخبار وليس غريبا أن نرى هذا الجهاز الصغير يلف العالم بسرعة تفوق كل تصور .

ويتميز التليفزيون - كجهاز اخباري - بعدة مزايا يشارك فيها وسائل الاعلام الاخرى وينفرد دونها بمزايا أخرى وينفرد التليفزيون دون وسائل الاعلام الاخرى بأنه يقدم لنا الاحداث والوقائع في منازلنا في صورة متكاملة تعتمد مشاهدنا على الصوت والصورة والحركة واللون في صورة أقرب للواقع والصوت والصورة عياملين حيويان يلعبان دورا هاما في حياة الافراد اليومية والعادية ، ويتصلان بالانفعالات المختلفة لكل فرد ما دام يستطيع السمع والابصار . والصورة من أحسن الوسائل المقنعة ، فإذا اقترن الخبر الاذاعي برؤيته على الشاشة الصغيرة مصورا في موقعة فإن ذلك ادعى إلى تصديقه .

ويؤكد الباحثون على أهمية الصورة بالنسبة للتليفزيون فهو وسيلة مرئية ، ونعلم أن الرؤية اساس الاقناع seeing is beleving ، وندرك مدى خطورة التليفزيون كجهاز اخباري

ويؤكد الباحثون على أهمية الصورة بالنسبة للتلفزيون فهو وسيلة مرئية ، ونعلم أن الرؤية اساس الاقناع seeing is beleiving ، ونذكر مدى خطورة التلفزيون كجهاز اخبارى حينما نعلم أن الانسان يحصل على ٩٨٪ من معرفة عن طريق حاستى السمع والبصر ، عمدتى الحواس الادراكية وتزداد دهشتنا حينما نعلم أن المرأ يحصل من هذه النسبة على ٩٠٪ من معرفة عن طريق البصر أو الرؤية .

فاذا أضفنا إلى ذلك أن التلفزيون يمكن أن يصل إلى الآلاف الملايين من المشاهدين فى منازلهم فى آن واحد لاستطعنا أن ندرك دوره الخطير .

وتشير البحوث والدراسات إلى أن هناك ٨٦٪ منم الجمهور يفضلون الكلمة المسموعة والمرئية فى التلفزيون ، كما أن هناك ٧١٪ يفضلون الاستماع إلى الاذاعة ، بينما يفضل ٧٠٪ من الجمهور الكلمة المقروئة (المكتوبه) فى الصحافة والوسائل المرئية الاخبارية لها أثر وفاعليتها حيث تستحوذ

حيث تستحوذ على الاهتمام الكامل للمشاهدين وتؤدي الرؤية مع اللون والصوت والحركة إلى النفاذ السيكولوجي .

أخبار التليفزيون والفورية :

ويستمع التليفزيون كجهاز اخبارى بالفورية التي تزيد من واقعيته ، فهو يقدم لنا مادة اخبارية من مكانها (موقعها) في نفس زمن حدوثها ، ينقل لنا الاخبار في معناها وفي مغزاها في التو والحال ، ويتفق النقاد على أن التليفزيون يبلغ ذروة الكفاءة عند تغطية الاحداث حال وقوعها ، كرحلات الفضاء والمؤتمرات الهامة وزيارات الرؤساء والجنارات ، والمواكب الشعبية والحروب الخ .

فهو يقدم لها الاحداث بصورة لا يمكن أن تصل اليها وسائل الاعلام الاخرى ، يقدم لنا المشاهد متكاملة للاحداث في صورة واقعية .

لهذا يقدر الباحثين تأثير التليفزيون في المشاهدين بثلاثة أضعاف تأثير الاذاعة ، ذلك أن برامج التليفزيون تعطى

احساسا بالألفة والصدائقة التي كثيرا ما تفتقد لها برامج الاذاعة ،
التي تعتمد على الصوت والمؤثرات الصوتية والموسيقية
وحدها.

هذا بالاضافة إلى أن الصورة التليفزيونية تؤكد على
عنصرى الحوار والمشاركة والتعمق والتركيز على التفاصيل
المرئية ويتميز التليفزيون وحده دون وسائل الاعلام الاخرى
بأن يقدم صورا حالیه متحركة تتجاوز بالمشاهد حدود الزمان
والمكان كما تتخطى حاجز الأمية .

وهو يكتسب قيمته الاخبارية اعتمادا على هذه الحقيقة ،
ويتضح ذلك بجلاء فى الاحداث ذات الهمية الخاصة ، والتي
تمكن المشاهدين من متابعتها لحظة بلحظة على شاشات
التليفزيون مثل : هبوط أول انسان على سطح القمر ، ورحلات
الفضاء ، زيارات الرؤساء والملوك واجتماعاتهم ،
والمؤتمرات العالمية ومباريات كأس العالم والدورات الأولمبية
وحفلات التنصيب والمواكب الشعبية والرسمية والمناسبات

الهامة فى حياة الشعوب والفتن والاضطرابات والحروب
.....الخ .

حيث يقدم التلفزيون الانباء والاحداث بصورة لا يمكن
أن تصل اليها الوسائل الاخرى ، وليس هناك ما يضارع
التلفزيون على نقل الاحداث حال حدوثها .

التلفزيون وسيلة مرئية فى المقام الأول :

تعتمد خدمة التلفزيون الاخبارية أساسا على الصورة
المرئية ، والتي تعتبر أقوى تأثيرا من الكلمة المسموعة أو
المقروءة ، نظرا لاستخدام أكثر من حاسة فى تلقيها ، ويصدق
هذا على الخدمة الاخبارية التي يقدمها التلفزيون بوجه خاص ،
نظرا لأن الاخبار بحكم طبيعتها مادة دسمة يمكن أن ينصرف
المشاهدون عن متابعتها .

كما أن الصورة المتحركة تتمتع بمميزات جذب خاصة
لما بها من محاكاة للحركة الطبيعية ، مما يضيف عليها عنصر
المشاركة الفعالة وبما يقوى العلاقة بين المشاهد والشاشة ، ومن

جهة أخرى تشكل قدرة الصورة المتحركة على توليد العواطف لدى جماهير المشاهدين أهمية خاصة ، وهي ميزة أساسية في أخبار التليفزيون تون كل الأخبار الأخرى ، وأفضل قيم التليفزيون الاخبارية قائمة على هذه الحقيقة .

ولهذا تشير الدراسات والبحوث الميدانية إلى طلب الجماهير المتزايد على أخبار التليفزيون المصورة من واقع الأحداث ، وضرورة ارتباط الخبر بالصورة والحدث المرئي . والاعلام بالصورة كما يشير البعض يصفى جاذبية على الاخبار ويساعد على عدم نفور المشاهدين حتى من اخبار الامس والصورة المتحركة لغة عالمية تفهمها كل الشعوب ، ويميل المشاهد إلى تصديق الصورة وعدم الوثوق بالكلمات ، فالصوت والصورة تستحطان الخيال بدرجة أقوى مما يمكن أن يستحث الصوت وحده وهناك حكمة صينية تقول أن : الصورة أقدر على التعبير من عشرات الألوف من الكلمات .

وبدون الصورة التي تسجل الحدث الاخبارى فى نشرات اخبار التليفزيون لا تكون الاخبار جذيرة بالعرض فى

التلفزيون وأولى أن تذاع في نشرات الراديو الاخبارية ، حيث تختصر التكاليف بدرجة كبيرة ، يقدرها البعض بجزء على عشرين من تكاليف التلفزيون فلا تصبح الاخبار تلفزيونية إلا عندما يصبحها عرض مصور للأحداث .

وتركز اخبار التلفزيون البريطانى B.B.C ٩ ITV كثيرا على استخدام المادة المصورة وحتى إذا لم تتوافر المادة المصورة فإنهم يستخدمون وسائل الايضاح بصورة واضحة .

أهمية الألوان لأخبار التلفزيون :

ومن جهة أخرى تضيف الألوان مزيدا من الواقعية على اخبار التلفزيون كما تزيد من فعاليتها ويوصى الباحثون باستخدام الألوان فى البرامج السياسية واستخدام الألوان والتحكم فيها يساعد فى خلق الجو الدرامى فى البرامج الاخبارية . بحيث يصبح اللون قيمة فى حد ذاته ورمزا دراميا له دلالاته كما ينتج عن استخدام الالوان شعور بالحركة كما أن لها أهميتها فى استبيان واستيعاب المعلومات وخاصة عندما تزود اخبار

التلفزيون بوسائل الايضاح ، كالخرائط والصيغ والرسوم
البيانية والمتحركة الخ . وتزيد الالوان من قدرة
التلفزيون على توليد العواطف .

خلاصة القول : إن التلفزيون يتفوق على كل وسائل
الاعلام لأن به كل مميزات الوسائل وامكانياتها ، وعن طريقة
يمكن تقديم المعلومات التي يتعثر نقلها عن طريق الكتابة أو
الصورة أو الصوت اذا استعمل كل منها على حدة .

واخبار التلفزيون تملك كل الامكانيات التي تستطيع أن
تأسر انتباه المشاهد ، لهذا تؤكد البحوث والدراسات الاعلامية
على أهمية التلفزيون كجهاز اخباري على قيمته الاعلامية ،
حيث أن البعض يرى أنه ليس هناك وسيلة اعلامية أقوى من
التلفزيون في تعريف شعوب العالم بعضها ببعض فتلو أقواها
أثراً وأكثرها اجتذاباً للآلاف من ملايين المشاهدين ، وأقدرها
على أداء وظيفة تتطلب الصوت والصورة .

أهمية أخبار التلفزيون :

وتعتبر الاخبار في التلفزيون بمثابة نافذة يطلع فيها المشاهدون - وهم في منازلهم - على العالم الكبير .
فالتلفزيون يعرض على شاشته العالم والاحداث -
مظاهر الحياة ، وهذه الطبيعة تهيج القرضة لمخاطبة شتى فئات
الناس على اختلاف طبائعهم واتجاهاتهم وتسعى اخبار
التلفزيون إلى تزويد جماهير المشاهدين بالاخبار الداخلية
والخارجية التي تهمهم وتهم بلادهم بصدق وموضوعية
لاشباع صفة حب الاستطلاع ، التي هي أبرز صفات الانسان
فأظهر صفة من صفات الانسان الاجتماعية هي حب الاستطلاع
لمعرفى الانباء والاطمئنان إلى البيئة .
ومن الثابت أن رغبات الفرد الأولية وحاجاته إلى
الطعام والجنس والمأوى ترتبط برغبات أخرى اجتماعية ،
كالتعرف على الاشخاص الآخرين واختيار البيئة وجمع
المعلومات المفيدة عن الطبيعة والانسان والحيوان .

وهذه هي أهم سمة من سمات الانسانية التي تساعد على التكيف مع البيئة والانسجام مع غيره من الناس ، والذين يعيشون معه ، لأن هذا التكيف دليل على الصحة النفسية والسلامة الاجتماعية .

ويذهب البعض إلى أن الانسان " نفس اعلامية تتغذى بالخبر " ، وتنمو بالفكر وتصح بالحن الجمل فالاعلام حاجة من الحاجات الانسانية ولقد أثبت بعض الباحثين أهمية الاخبار في حياة الانسان عن طريق دراسة مدى ما يعانيه الفرد من وحده وشعور بالقلق في غياب الاخبار ، حتى لقد عبر أحد المبحوثين بقوله : اننى اشعر فى غياب الاخبار بأننى فقدت صديقاً عزيزاً ..

ومن حق الجماهير أن تعى وتناقش ما حولها ، وينص الاعلان العالمى لحقوق الانسان على : أن من حق الإنسان أن يعلم ، ويقصد بالاعلام أو الاخبار : تزويد الجماهير بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة ، التى تساعد على تكوين رأى صائب فى مشكلة من المشاكل ، أو واقعة من

الوقائع ، بحيث يعبر هذا الرأى تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتها وميولها ، وهنا يعرف اتوجروت الاعلام بأنه : التعبير الموضوعى لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها :

وفي نفس الوقت فالاعلام تعبير موضوعى وليس ذاتى من جانب القائم بالاتصال الاعلامى سواء كان تليفزيونياً أو اذاعياً أو مشغلاً بأحدى وسائل الاعلام .

ويمتاز التليفزيون كوسيلة اخبارية بالسرعة وبلوغ جماهير عديدة ، وله القدرة على خلق الوعى والتزويد بالمعلومات ، ولذلك نجدها تشكل جزءاً واضحاً من نسيج بنيان الحياة اليومية للمشاهدين الأمريكيين ، حيث أصبح التليفزيون أهم مصادر الاخبار بالنسبة لثلثى سكان الولايات المتحدة الأمريكية .

كما أشار بأن مويرز B. Moyerz السكرتير الصحفى للرئيس الأمريكى السابق ليندن جونسون بأن التليفزيون قدم الرئيس الأمريكى (كيندى) إلى الشعب بطريقة مباشرة وفورية

وجعل بينه وبين الشعب اتصال شخصى ، واعتقد أنه انقى صيغة للاتصال ، وأكثرها فاعلية .

وتتزايد أهمية اخبار التلفزيون يوماً بعد يوم وبصورة كبيرة كنتيجة مباشرة لما تحقق من تقدم كبير فى مجال الأقمار الصناعية على نحو لم يسبق له مثيل فى تاريخ البشرية ولقد أصبح فى متناول جميع الدول امكانية الاستفادة من تكنولوجيا الفضاء فى بث الأخبار واستقبالها .

— وأصبح التلفزيون أسرع الوسائل الاعلامية فى نقل الاخبار بصورة واقعية بل وتفوق فى هذا المجال تقوفا عظيما هذا بالاضافة إلى أن الغالبية تعتبر التلفزيون الوسيلة الاعلامية الأكثر صدقا فى المجال الاخبارى .

كما أضاف التلفزيون إلى الصحافة الاذاعية عوامل جديدة وآفاق واسعة والصحافة الاذاعية كما فى التلفزيون تعنى عرض اخباره المصورة وصحافة اليوم هى صحافة الخبر إنها أحداث اليوم فى كلمات موجزة مدعمة بالصورة والحركة واللون ، تثبت بهدف اشباع حاجة الجماهير فى معرفة ما يحدث

حولهم ، والانسان فى حاجة إلى الوسيلة السريعة التى تزوده بالأنباء والمعلومات وتحيطه علما بما يدور حوله من اخبار كما يحتاج إلى وسيلة تراقب له الظروف المحيطة وتحيطه علما بالمعلومات والحقائق والفرص المتاحة .

وتعتبر اخبار التليفزيون من أبرز وأهم وأقدم المواد التى يقدمها التليفزيون وذلك أمر طبيعى لأن التليفزيون كجهاز اعلامى لابد أن يعنى بنشر وعرض الاحداث على جمهور المشاهدين فور حدوثها .

ومهمة اخبار التليفزيون تنوير الراى العام بالانباء الداخلية والخارجية وإيقافه على مختلف التيارات والاحداث العالمية . فهى تبلغ المواطنين بجميع الاحداث الهامة والمثيرة للإهتمام سواء فى الداخل والخارج .

كما تطلع المواطنين على الاحداث السياسية والتطورات التى تحدث فى المجتمع ، لكى يتمكنوا من تكوين الراى الخاص بهم ، والاشتراك بأنفسهم فى الشؤون العامة وأخبار التليفزيون لديها القدرة التى تفرد بها على الاخبار فى أجهزة الاعلام

الأخرى ، لأنها تعرض صورة المجتمع ذاته ، وليس سمة ما يضارع التلفزيون في قدرته على أن يكون مرآة تنعكس عليها صورة المجتمع .

الخبر التلفزيوني :

يرى ولبر شرام أن الاخبار من العناصر الأساسية لوسائل الاعلام ، والخبر التلفزيوني هو أساس نشرات الاخبار وعنصرها الأول ، والخبر التلفزيوني خبر مصور ينشأ في موقع الحدث وتتولى أطقم التصوير الاخبارية (المصور - المندوب - مسجل الصوت - موزع الإضاءة) نقله أو تسجيله على أفلام أو شرائط VTR ، ويتكون الخبر التلفزيوني من مجموعة من اللقطات المصورة واحدة تلو الأخرى مرتبطة معاً ويبلغ أدنى طول اللقطة من الناحية النظرية إطاراً واحداً كما في الأفلام وهو ما يسمى باللقطة المتناهية الصغر .
أما أقصى طول لها من الناحية النظرية أيضاً فتحده المادة الخام التي تستطيع التصوير أن تستوعبها سواء كانت

أفلاماً أو شؤرائط فيديو أما ما الناحية العملية فيبلغ طول اللقطة القصيرة ما يعدال عدة ثوان ، فى حين قد تستمر لقطات الحدث الاخبارى لعدة دقائق كما يحدث عند تصوير المقابلات - على سبيل المثال - وبشكل آخر نستطيع أن نقول: "إن الخبر التليفزيونى يتكون من الصور والإطارات ، بحيث تكون فى مجموعها لقطة وتكون مجموعة اللقطات ما يسمى بالمشهد ،

ويمكن تمييز اللقطات كالتالى :

١- لقطات طبقاً لنسبة الهدف المصور ، الذى يشتمل على الإطار ، للقطعة العريضة أو الزاوية العريضة والتي قد يطلق عليها البعض لقطة من بعد longshot واللقطة المتوسطة ، واللقطة المقربة Close up ولقطة مقربة جداً Ex-treme ، ولقطة متوسطة مقربة جداً Medium Close up أو لقطة عن بعد كبير .

٢- كما تتميز اللقطات طبقا لعدد الأشخاص الذى يحتويهم الاطار ، فهناك اللقطة الاحادية والثنائية والجماعية والجماهيرية.... الخ .

٣- لقطات تختلف بما يتناسب مع حركة الكاميرا فهناك اللقطة المتغيرة (الزوم) ولقطة المنصة واللقطة الساذرة والنقطة الاستعراضية..

٤- تنقسم اللقطات حسب موقع الهدف المصور بالنسبة للكاميرا فهناك اللقطات العلوية والسفليةالخ .

٥- كما تنقسم اللقطات طبقا لدورها الذى تؤديه فى المشهد المصور فهناك اللقطة الرئيسية أو التأسيسية واللقطة الناقلة والمعكوسة والمضافة ولقطة رد الفعلالخ .

قيم الأخبار فى التلفزيون :-

يرى العلماء والخبراء والباحثون أن هناك قيما وعناصر ومواصفات يجب توافرها فى الخبر التلفزيوني لكي يكون جديرا بالثبث ضمن العرض الاخبارى ، ونتفق مع ما ذكره

العلماء والخبراء والباحثون على هذه القيم التي لا تختلف عن مثيلتها عن تقييم الاخبار في الوسائل الاعلامية الأخرى من أهمها الفورية - الأهمية (الدلالة - الضخامة - الإشارة - الطرافه - التشويق - الدقه - الصدق - الاهتمام الانساني ومدى الفائدة التي تعود على المشاهد .

والتوافق مع سياسة التليفزيون كجهاز اعلامى ، والتي تتبع أساس من سياسة الدولة يضاف إلى ذلك شهرة ومكانة الشخص الذى يتعلق به الحدث كما يجب أن تتصف الاخبار التليفزيونية بعدم التحيز .

وكل حدث أو خبر تليفزيونى يكون متضمنا لعنصر أو أكثر من هذه العناصر ولكن كثرة العناصر لا تعنى بالضرورة أهمية الخبر التليفزيونى فإن عنصرا واحدا قد يجعل فى الحدث الاخبارى أكثر أهمية من الاخبار الاحداث الأخرى وبينما نجد قيم الأخبار متماثلة أساسا فى كل وسائل الإعلام .

إلا أننا يمكن تمييز تلك الأخبار التي تظهر فى التليفزيون بعدة خواص بارزة لا توجد فى غيره من الوسائل

الاخبارية الأخرى ومن الواضح أنها تقوم على مجموعة مختلفة من القيم المستخلصة من الظروف الخاصة بالتلفزيون وحده كوسيله تتوافر بها جميع امكانيات وسائل الاعلام ، فهو يعتمد على الصوت والصورة والحركة واللون .

لذلك تعتبر العناصر المرئية خاصة أهم القيم الاخبارية بالنسبة لأخبار التلفزيون يؤكد ما نقوله وما قرره رؤساء تحرير اخبار التلفزيون حيث أن المادة الاخبارية المصورة هي التى تحكم عملهم بدرجة كبيرة ولكن يجب اختيار هذه المادة المصورة بعناية فائقة وعدم تقديمها بطريقة مضللة .

مصادر الخبر التلفزيونى :-

تتنوع المصادر الإخبارية للتلفزيون

تتعدد مصادر الأخبار فى التلفزيون ، وينفرد التلفزيون دون وسائل الإعلام الأخرى بمصادر يحصل من خلالها على مادته الإخبارية المصورة وذلك باعتباره وسيلة مرئية Medium Visual ، فضلا عن كونه الوسيله الوحيدة التى

لديها القدرة على عرض الحدث ووقائعه بالصورة الحية أو المتحركة المرئية المقترنة بالصورة بصوتها الطبيعي الدال على عمق المشاعر ، والملونة .

كما يشارك التليفزيون غيره من وسائل الإعلام فى الحصول على الأخبار غير المصورة (المقروءة) من مصادرها التقليدية المعروفة كوكالات الأنباء البرقية Copy Agencies والاستماع السياسى ، والنشرات والدوريات الخ .

ويقسم الباحثون مصادر المادة الاخبارية المصورة إلى مصادر خارجية (عالمية) وأخرى داخلية (محلية أو قومية أو وطنية) .

وبما أن التليفزيون يعتبر أساس وسيلة إخبارية مصورة وأن أفضل قيمة قائمة على هذه الحقيقة - فسنتناول فى البداية وبالتفصيل مصادر الأخبار المصورة التى يعتمد عليها التليفزيون ومن أهمها :

أولاً : طاقم التغطية الإخبارية التلفزيونية :

TV. News Crew :

ويتولى تغطية أهم الأحداث المحلية أو الوطنية التي تقع داخل حدود الدولة ، يوفد التلفزيون أطقمه الاخبارية إلى جميع أنحاء العالم لتغطية أهم الأحداث العالمية التي تهم الرأي العام ، وهي الأساس في تصوير أية اخبار تلفزيونية مهما كان مصدرها وفي الغالب يتكون طاقم التغطية الاخبارية من المندوب Reporter أو المراسل Correspondent والمصور Cameraman ومسجل الصوت Re - sound cordist ومزج الاضاءة Lighting ويطلق على المصور ومسجل الصوت ومزج الاضاءة طاقم التصوير Camer Crew .

ثانياً : وكالات الأنباء العالمية المصورة ومن أشهرها وكالة فيزي نيوز Vis News وهي وكالة انجليزية معروفة .

والوكالة الأنجلو الأمريكية المعروفة World - Wide

Tv واختصارها Wtn .

ثم وكالة رويتر الانجليزيه التي بدأت خدماتها الدسوره
بشكل متطور والخدمة التليفزيونية الأوروبية E.Tv. S. هذا
بالاضافة إلى بعض الوكالات الأخرى مثل جاما الفرنسية
وسيجما والتي تقدم تغطية فوتوغرافية لأهم الأحداث بالصور
الثابتة .

ثالثاً: التبادل الاخبارى News Exchange

سواء كان ذلك التبادل على المستوى الثنائى بين دولتين
أو بين عدة دول ويتم ذلك باستخدام البث الاليكترونى عبر
الأقمار الصناعية أو شبكات انميكروبيف أو ما يعرف بشبكات
الأخبار السلكية Cable News NetWork أو عن طريق
الشحن الجوى Air Fregent Shipment of News وهناك
التبادل الاخبارى المنتظم الذى يتم يوميا Daily أو غير
المنتظم على فترات متقاطعة وغير منتظمة .

رابعاً : رصد المحطات أو الشبكات الاخبارية التليفزيونية العالمية أو القنوات الفضائية ، ومنها على سبيل المثال الشبكة الاخبارية الأمريكية المعروفة (CNN)

خامساً - مصادر أخرى أقل أهمية كالسفارات ومكاتب الاستعلامات والهيئات والمنظمات العالمية والمتخصصة .

بالإضافة إلى ممثلي العلاقات العامة والمصورين بالقطعة "Free lance camera - Men" ويعرفون بـ Stringers وسنتناول هذه المصادر التي يمكن للتليفزيون أن يحصل منها على مائه الاخبارية المصورة والمتنوعة بشئ من التفصيل :

المراجع العربية والأجنبية

المراجع العربية

- ١- ابراهيم امام ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، القاهرة .
مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٤ .
- ٢- ابراهيم امام ، العلاقات العامة والمجتمع ، القاهرة .
مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٦ .
- ٣- أحمد بدر ، الاتصال بالجماهير والدعاية الدولية ،
الكويت . دار القلم ، ١٩٧٤ .
- ٤- أحمد طاهر ، الاذاعة والسياسة الدولية ، القاهرة . الهيئة
المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٠ .
- ٥- جيهان احمد رشتى ، الاعلام الدولى بالراديو
والتليفزيون ، القاهرة . دار الفكر العربى ، ١٩٧٩ .
- ٦- جيهان احمد رشتى ، النظم الاذاعية فى المجتمعات
الغربية ، القاهرة . دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ .

-٢٠٠-

- ٧- حسن عماد مكاوى ، الأخبار فى الراديو والتليفزيون ،
القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٨٩ .
- ٨- خليل صابات ، وسائل الإتصال : نشأتها وتطورها ، القاهرة :
مكتبة الأنجلو المصرية ١٩٧٩ .
- ٩- سامى الشريف ، الإذاعات الإقليمية الفكرة والتطبيق ، القاهرة :
دار الفكر العربى ، ١٩٨٨ .
- ١٠- ماجى الحلوانى ، الإذاعات العربية ، القاهرة : دار الفكر
العربى ١٩٨٢ .
- ١١- ماجى الحلوانى ، مدخل إلى الإذاعات الموجهة ، القاهرة :
دار الفكر العربى ، ١٩٨٣ .
- ١٢- محمد معوض ، بركات عبد العزيز ، الخبر الإذاعى والتليفزيون ،
ط ١ ، القاهرة : دار الكتاب الحديث ، ١٩٩٦ م

 Bibliotheca Alexandrina



0423666